Société du Centre des congrès de Québec

RAPPORT ANNUEL DE GESTION 2005-2006

ASSEMBLÉE NATIONALE
Nº 592-20061031

TABLE DES MATIÈRES

LETTRE À LA MINISTRE

LETTRE AU PRÉSIDENT DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE

DÉCLARATION DE LA DIRECTION DE LA SOCIÉTÉ

MOT DU PRÉSIDENT ET DIRECTEUR GÉNÉRAL

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ DE GESTION

COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

FAITS SAILLANTS

9 UNE SOCIÉTÉ D'ÉTAT 9

Loi sur la Société 9
Mission 9
Vision 9
Plan d'affaires 10
Principes directeurs 12
Orientations stratégiques 13
Plan d'action 14
Réalisation du plan d'action 14

10 UNE SOCIÉTÉ COMMERCIALE 15

Contexte commercial 15
Contexte organisationnel 26
Contexte opérationnel 30
Contexte institutionnel 32
Contexte financier 36

11 FAITS SAILLANTS FINANCIERS 37

Rapport de la direction 40
Rapport du vérificateur 40
Résultats 41
Excédent 42
Bilan 43
Flux de trésorerie 44
Notes complémentaires 45

12 IMPACT ÉCONOMIQUE 53

Rapport des retombées économiques 53
Méthodologie 56

ANNEXE

Code d'éthique de la Société 59
Code d'éthique et de déontologie des administrateurs 63
Organigramme de gestion 66

N° 592-D0661031

9 UNE SOCIÉTÉ D'ÉTAT 9

Loi sur la Société..... 9
Mission..... 9
Vision..... 9
Plan d'affaires..... 10
Principes directeurs..... 12
Orientations stratégiques..... 13
Plan d'action..... 14
Réalisation du plan d'action..... 14

10 UNE SOCIÉTÉ COMMERCIALE 15

Contexte commercial..... 15
Contexte organisationnel..... 26
Contexte opérationnel..... 30
Contexte institutionnel..... 32
Contexte financier..... 36

11 FAITS SAILLANTS FINANCIERS 37

Rapport de la direction..... 40
Rapport du vérificateur..... 40
Résultats..... 41
Excédent..... 42
Bilan..... 43
Flux de trésorerie..... 44
Notes complémentaires..... 45

12 IMPACT ÉCONOMIQUE 53

Rapport des retombées économiques..... 53
Méthodologie..... 56

1 LETTRE À LA MINISTRE

Madame Françoise Gauthier
Ministre du Tourisme

Société du Centre des congrès de Québec

Madame la Ministre,

À titre de président du conseil d'administration et de directeur général de la Société du Centre des congrès de Québec, j'ai le plaisir de vous transmettre le rapport annuel de gestion de la Société pour l'année 2005-2006. Celui-ci répond à la fois aux exigences du gouvernement en matière de reddition de comptes et aux besoins de la Société de se doter d'un outil de gestion complet et efficace.

Le présent rapport décrit la Société, sa mission, sa vision, ses valeurs, ses objectifs et leur atteinte ainsi que ses réalisations, ses faits saillants de l'année et les résultats financiers. De plus, ce rapport met en lumière les retombées économiques générées par la présence du Centre en tant que moteur économique régional. Il présente aussi les codes d'éthique des administrateurs et du personnel de la Société.

En espérant le tout conforme à vos attentes, je vous prie de recevoir, Madame la Ministre, mes salutations distinguées.

Le président et directeur général,

Claude Pinault

2 LETTRE AU PRÉSIDENT DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE

Ministère du Tourisme
Québec

Monsieur Michel Bissonnet
Président de l'Assemblée nationale du Québec
Député de Jeanne-Mance

Monsieur le Président,

J'ai le plaisir de vous transmettre le *Rapport annuel de gestion 2005-2006* de la Société du Centre des congrès de Québec.

Ce rapport décrit, de façon générale, la Société, ses enjeux, les réalisations de son équipe, les objectifs qu'elle s'est fixés de même que les résultats atteints et les faits saillants afférents à l'année qui vient de se terminer. Finalement, le rapport présente les états financiers, l'impact économique généré par la présence du Centre et les codes d'éthique de la Société.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations distinguées.

Ministre du Tourisme
Ministre responsable de la région du Saguenay–Lac-Saint-Jean

Françoise Gauthier

DÉCLARATION
DE LA DIRECTION DE LA SOCIÉTÉ

L'information contenue dans le présent rapport annuel de gestion relève de ma responsabilité. Cette responsabilité porte sur la fiabilité des données contenues dans le présent rapport et des contrôles afférents.

Les données du *Rapport annuel de gestion 2005-2006* de la Société du Centre des congrès de Québec :

- décrivent fidèlement la mission, les mandats, les valeurs et les orientations stratégiques de la Société ;
- présentent les objectifs, les indicateurs de performance et les résultats en lien avec le contexte économique ;
- présentent des données fidèles et fiables à tous égards importants.

Je déclare donc que les données contenues dans le présent rapport annuel de gestion ainsi que les contrôles afférents à ces données sont fiables et correspondent à la situation, telle qu'elle se présentait le 31 mars 2006.

Le président et directeur général,

Claude Pinault

MOT DU PRÉSIDENT ET DIRECTEUR GÉNÉRAL

Première année d'application du nouveau plan d'affaires 2005-2008, l'année 2005-2006 a vu les défis et les chantiers se multiplier. Elle a débuté sur une note positive avec la signature de la troisième convention collective du personnel pour une période de cinq ans, après des mois de négociation. Il est aussi important de signaler que par la même occasion, les dossiers de l'équité et de la relativité ont été réglés, et ce, à l'intérieur des paramètres gouvernementaux.

La Société a ensuite investi beaucoup d'énergie dans les travaux préparatoires à l'examen des organismes gouvernementaux, avec comme spectre un dossier aux enjeux importants pour le Centre des congrès de Québec, celui de la privatisation, avec, toujours en toile de fond, l'exercice d'optimisation et de rationalisation en lien avec les demandes de compressions budgétaires du gouvernement.

À ces dossiers chauds est venu s'ajouter le chantier des travaux de requalification du secteur 2000 qui se sont déroulés pendant huit mois. Véritable succès, la réfection de l'ancien centre municipal des congrès a été réalisée dans les délais et, fait exceptionnel, à un coût inférieur de 500 000 $ par rapport au budget alloué par le gouvernement du Québec, auquel s'ajoutent aussi les économies en intérêt sur le financement, pour des économies totales de près de 1 M$. Le programme détaillé des besoins minutieusement élaboré, la synergie de l'équipe en place conjuguée au suivi rigoureux des travaux ont grandement contribué à ce succès. Sans oublier que le tout s'est déroulé parallèlement aux 141 événements accueillis durant l'année, soit 11 de plus que l'objectif initial au calendrier. L'équipe a su encore une fois faire face aux imprévus organisationnels causés par ces travaux majeurs, tout en offrant à la clientèle un service totalement satisfaisant.

Un autre défi a mobilisé l'équipe. Il s'agit de l'organisation de la 47e Conférence annuelle et assemblée générale de l'Association internationale des palais de congrès qui s'est tenue en juillet 2005. Un taux de participation record a été atteint avec la présence de quelque 145 dirigeants de palais de congrès du monde entier. Cet événement petit en nombre mais impressionnant en prestige et rayonnement international a permis au Centre des congrès de Québec d'obtenir plusieurs articles dans la presse spécialisée européenne et américaine, rejoignant du même coup des milliers de décideurs et d'organisateurs d'événements à travers le monde.

L'année qui se termine, bien que marquée par tous ces défis, ne fait toutefois pas exception. L'histoire du Centre depuis ses débuts en 1996 et encore davantage depuis le début du présent millénaire en est une marquée de soubresauts, de moments forts ou de remises en question. Année après année, l'équipe en place a dû faire preuve de créativité, de détermination et d'une grande capacité d'adaptation pour une expérience client irréprochable, et ce, malgré les impondérables liés à l'environnement externe du Centre.

En cette fin d'année financière et à quelques mois du 10e anniversaire du Centre des congrès, un bilan s'impose inévitablement et le tableau des réalisations du Centre des congrès de Québec après seulement dix ans d'existence mérite d'être présenté. Indéniablement, les promesses ont été tenues malgré les perturbations extraordinaires qui sont survenues. La descente des titres technologiques en 2000, les événements tragiques de septembre 2001 à New York, la guerre en Irak, le ralentissement économique mondial, la crise dans l'industrie aérienne, le Syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS) en 2003, la menace de grippe aviaire, la fluctuation du dollar ainsi que les fusions ou faillites d'entreprises ont certes freiné la croissance du Centre.

Malgré tous ces éléments auxquels s'ajoutent l'état des finances publiques, les compressions de la subvention d'équilibre, la déficience des liaisons aériennes et l'insuffisance des efforts promotionnels par la région auprès de la clientèle affaire, le Centre des congrès a réussi à se positionner avantageusement dans un environnement hyperconcurrentiel en pleine mutation. Il a même reçu une reconnaissance internationale d'importance de la part de l'Association internationale de palais de congrès, le plaçant en 2003 comme l'un des trois meilleurs palais des congrès au monde.

Promesses tenues également au point de vue de sa rentabilité économique et des nuitées générées dans la région. Le Centre a indéniablement rempli son rôle de moteur économique depuis son ouverture en septembre 1996. En dix ans, le Centre a accueilli plus de 1 000 événements dont plus de 500 congrès, générant près d'un milliard de dollars de retombées économiques, plus de 485 millions de dollars en argent neuf et près de 200 millions de dollars en revenus fiscaux et parafiscaux pour les gouvernements, sans compter les quelque 1 500 emplois qu'il a créés ou maintenus annuellement. De plus, avec 1 670 000 nuitées depuis 10 ans et un apport de plus de 194 M$, le secteur de l'hébergement et de la restauration a de façon évidente profité de la présence du Centre.

Mais plus que tout, le Centre a contribué au rayonnement de Québec en offrant un accueil qui va droit au cœur et une expérience client totalement satisfaisante.

En rétrospective, le bilan des 10 dernières années a démontré la capacité de la Société à faire preuve de créativité en matière de choix stratégiques pour s'ajuster au contexte économique mondial et placer le Centre des congrès de Québec comme lieu par excellence pour la tenue d'événements majeurs. La Société s'est aussi démarquée par les nombreux prix remportés au cours des années tant sur le plan environnemental que sur le plan de sa gestion et de ses opérations.

Avant même la fin de la période couverte par son premier plan d'affaires quinquennal, la Société a atteint la vision qu'elle s'était fixée soit que le Centre des congrès de Québec soit reconnu comme un centre de congrès de calibre international qui offre à sa clientèle une expérience de service totalement satisfaisante.

En cette première année d'application de son plan d'affaires 2005-2008, la Société a revisité sa vision et souhaite maintenir le positionnement du Centre parmi les trois meilleurs palais des congrès au monde reconnus par une organisation internationale et, régionalement, qu'il soit reconnu comme l'un des principaux moteurs économiques.

Bien que les éléments facilitants ne soient pas toujours au rendez-vous, la Société mettra tout en œuvre pour réaliser ce défi, de la même manière qu'elle a relevé tous les défis et chantiers du passé.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

De gauche à droite

Monsieur Claude Pinault
Président du conseil d'administration et directeur général
Société du Centre des congrès de Québec

Monsieur Gilbert Cashman
Consultant en hôtellerie, tourisme et gestion de réunions et congrès

Monsieur Michel Létourneau
Directeur général
Orchestre symphonique de Québec

Président du comité marketing et communications institutionnelles et commerciales

M^e^ Sylvie Godbout
Secrétaire générale et responsable des affaires juridiques
Société du Centre des congrès de Québec

Secrétaire du conseil d'administration

Monsieur Gino Reeves
Directeur général
Place aux jeunes du Québec

Monsieur Pierre Labrie
Directeur
Office du tourisme de Québec

Monsieur Roger A. Lessard
Directeur du département de physique, de génie physique et d'optique
Université Laval

Président du comité d'éthique

Monsieur Claude Doré*
Directeur – Communication et marketing
Festival d'été de Québec

Vice-président du conseil d'administration

Madame Paule-Anne Morin
Vice-présidente, développement des affaires, Région de Québec
R3D Information et Technologie inc.

Présidente du comité de vérification

Monsieur Alain April
Directeur général
Château Bonne Entente

* *M. Claude Doré a quitté le conseil d'administration en octobre 2005.*

6 COMITÉ DE GESTION

Monsieur Claude Pinault

Président du conseil d'administration et directeur général

Me Sylvie Godbout

Secrétaire générale et responsable des affaires juridiques

Madame Ann Cantin

Directrice des communications

Monsieur Michel Bureau

Directeur de l'administration

Madame Josette Alain

Directrice de la coordination des événements

Monsieur Jean-Nil Proulx

Directeur de la gestion immobilière et du soutien aux événements

Madame Lucie Francoeur

Directrice du marketing et des ventes

Monsieur Gilles Méthé

Directeur du développement des produits et services

Madame Jessica Martin

Directrice adjointe aux ventes

Madame Christine Vézina

Chef des ressources financières

7 COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité de vérification

Madame Paule-Anne Morin, *présidente*
Monsieur Roger-A. Lessard
Monsieur Gilbert Cashman

Comité marketing et communications institutionnelles et commerciales

Monsieur Michel Létourneau, *président*
Monsieur Gino Reeves
Monsieur Alain April
Monsieur Claude Pinault, *président et directeur général*
Madame Ann Cantin, *directrice des communications*
Madame Lucie Francoeur, *directrice du marketing et des ventes*

Comité d'éthique

Monsieur Roger-A. Lessard, *président*
Monsieur Claude Doré
Monsieur Claude Pinault, *président et directeur général*
M[e] Sylvie Godbout, *responsable de l'éthique*

* *M. Claude Doré a quitté le conseil d'administration en octobre 2005.*

8 FAITS SAILLANTS

- Réalisation des travaux de rénovation du secteur 2000 avec une économie de 500 000 $ sur un budget de 17,2 M$ pour un total de 16,7 M$.
- Mise sur pied du processus d'optimisation des méthodes et des procédés du Centre et de la Société.
- Organisation et tenue du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès* (AIPC).
- Examen par le groupe de travail des organismes gouvernementaux 2005-2006.
- Révision des descriptions de postes.
- Signature d'une convention collective d'une durée de cinq ans.
- Renouvellement de l'entente avec le Collège Mérici pour les services d'accueil du Centre jusqu'au 30 juin 2007.
- Vérification des processus d'acquisition et de gestion de contrats.
- Tenue de la *Grande nuit Ballroom* avec l'Orchestre symphonique de Québec.

UNE SOCIÉTÉ D'ÉTAT

LOI SUR LA SOCIÉTÉ

La *Loi sur la Société du Centre des congrès de Québec* a été adoptée le 15 juin 1993.

Le mandat de la Société est d'administrer, d'exploiter et de commercialiser le Centre des congrès de Québec, d'élaborer des projets de développement ou d'exploitation du Centre des congrès, d'exercer des commerces et autres activités de nature à contribuer au développement du Centre des congrès et d'en assurer l'exploitation, la promotion et l'administration.

Dans l'exécution de son mandat, la Société du Centre des congrès de Québec a choisi de maintenir une structure légère. En 2005-2006, le nombre d'employés s'est maintenu à 70. Elle favorise la politique du faire-faire par des fournisseurs de biens et services, contribuant ainsi, par sa commercialisation et ses opérations, à générer une valeur ajoutée à l'activité économique régionale existante. De plus, son action s'exerce en complémentarité avec les organismes et intervenants, aussi bien en amont qu'en aval de son action.

MISSION

À l'occasion de l'élaboration du *Plan d'affaires 2005-2008*, la mission de la Société a été recadrée. En effet, le texte initial de la mission mettait au premier plan la promotion de la région de Québec comme destination du tourisme d'affaires. Or, dans les faits, le rôle premier de la Société consiste à solliciter la tenue d'événements d'affaires à Québec ce qui contribue au positionnement de la région comme destination pour la tenue d'événements d'affaires. De plus, il était pertinent d'y intégrer le rôle de moteur économique du Centre.

La mission de la Société du Centre des congrès de Québec est donc de solliciter la venue de congrès, de réunions et d'expositions d'envergure en offrant un centre de congrès de calibre international et une expérience de service totalement satisfaisante, de manière à positionner la région de Québec comme destination d'excellence pour les événements d'affaires et ainsi contribuer à son activité économique.

VISION

La Société a atteint en cinq ans la vision qu'elle s'était donnée soit la reconnaissance du Centre comme un centre des congrès de calibre international. En effet, l'Association internationale des palais de congrès a reconnu en 2003 le Centre des congrès de Québec comme l'un des trois meilleurs palais des congrès au monde.

La nouvelle vision de la Société est de maintenir le positionnement du Centre des congrès parmi les trois meilleurs centres des congrès au monde reconnus par une organisation internationale, et, régionalement, d'être reconnu comme l'un des principaux moteurs économiques.

9.4 PLAN D'AFFAIRES

Le *Plan d'affaires 2005-2008* a été approuvé par le conseil d'administration en juin 2005. Ce plan s'appuie sur les acquis issus de son premier plan d'affaires quinquennal (1999-2004) et permettra d'assurer le développement optimal du Centre des congrès de Québec. À cet égard, voici les faits saillants qui ont marqué la période du premier plan d'affaires :

1998-1999

- Production d'un premier plan d'affaires (1999-2004).
- Développement d'une nouvelle méthodologie d'analyse des impacts économiques du Centre des congrès de Québec.
- Élaboration et réalisation d'un programme d'évaluation de la satisfaction de la clientèle.
- Création d'un tableau de bord de gestion à l'intention des administrateurs et des gestionnaires de la Société.

1999-2000

- Application de la Loi sur le tabac au Centre des congrès de Québec.
- Augmentation des revenus d'exploitation de 29 %.
- Augmentation du taux d'occupation annuel de 17 %.
- Réalisation à 80 % du premier plan d'action intégré et ambitieux.
- Une vigie constante des besoins, attentes et préférences de sa clientèle.
- Des revenus de fiscalité et de parafiscalité qui font du Centre un bon investissement.
- Sondage sur la qualité de vie au travail.

2000-2001

- Création du Comité d'amélioration continue de la qualité (CACQ).
- Signature d'une entente entre la Société et l'Université Laval visant à encourager les membres de la communauté universitaire à attirer au Centre les activités des associations nationales ou internationales dont ils sont membres.

2002-2003

- Événement horticole international *Québec en fleurs 2002*.
- Mise en ligne du nouveau site Internet de la Société.
- Acquisition d'un logiciel intégré de gestion.
- Travaux relatifs à l'équité salariale et à l'évaluation des postes des employés non cadres.
- 2e prix au Best Marketing Awards de l'International Convention & Congress Association.

2004-2005

- Négociation de la 3e convention collective du personnel de la Société.
- Élaboration du plan d'affaires triennal 2005-2008.
- Renouvellement de l'entente entre la Société et l'Université Laval pour une période de cinq ans (2004-2009).
- Prix Octas 2004 pour l'implantation d'un logiciel intégré de gestion.
- Annonce des travaux de rénovation de l'ancien Centre municipal des congrès.
- Coproduction d'un spectacle-bénéfice avec l'Orchestre symphonique de Québec.
- Planification et organisation du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès* (AIPC).

2002 2003 2004

2001-2002

- IIIe Sommet des Amériques.
- Recentrage des stratégies sur les marchés de proximité après septembre 2001.
- Signature de la 2e convention collective du personnel de la Société.
- Sondage sur la qualité de vie au travail.

2003-2004

- Apex Award 2003, le Centre des congrès de Québec est classé parmi les trois meilleurs centres des congrès au monde par l'*Association internationale des palais des congrès* (AIPC), en raison de la qualité de ses services à la clientèle.
- Prix ÉcoGESte 2003 dans la catégorie Gestion des bâtiments pour sa performance dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre.
- Prix Stellaris 2004, dans la catégorie Efficacité énergétique pour l'excellence de son bilan énergétique.
- Fin des travaux sur l'équité salariale et de l'évaluation systématique des postes des employés non cadres.
- Troisième sondage sur la qualité de vie au travail.

Un deuxième plan d'affaires

Résolument axée sur l'atteinte des résultats, la Société a fait en sorte que le deuxième plan d'affaires reflète les objectifs stratégiques poursuivis et lui permette de conserver la position stratégique du Centre d'être parmi les trois meilleurs palais des congrès au monde.

9.5 PRINCIPES DIRECTEURS

Les principes directeurs adoptés par la Société lui servent de guide dans la prise de décision et la détermination de ses interventions et couvrent ses divers champs d'activité.

La satisfaction de la clientèle

Le succès de la Société est directement relié à sa capacité de se démarquer de la concurrence par la qualité exceptionnelle de son expérience client. À cet égard, elle doit bien cibler ses segments de clientèle à haut rendement, connaître les besoins, les attentes et les préférences de ses clientèles, de manière à y répondre de façon proactive, efficace et efficiente. L'objectif est d'atteindre un niveau optimal de fidélisation et de rendement économique des meilleurs clients. La satisfaction de la clientèle se manifeste sous quatre dimensions : humaine, technique, service et offre.

Le personnel comme actif principal

La Société reconnaît que son personnel, tant celui de la Société que celui de ses sous-traitants, constitue son actif principal et son premier auditoire stratégique. De plus, ce dernier est au cœur de sa stratégie de différenciation basée sur la création d'une expérience client totalement satisfaisante. Elle reconnaît également que le succès de cette stratégie repose sur sa capacité d'exercer un leadership authentique et mobilisateur. Pour ce faire, la Société doit développer les outils et les mécanismes de soutien nécessaires qui permettent à chacun de contribuer significativement à l'atteinte des objectifs d'entreprise. La Société privilégie, en matière de développement des personnes, la polyvalence, la formation continue et le travail d'équipe.

L'innovation, le développement et la croissance

La Société évolue dans un environnement en perpétuelle mutation où ses concurrents peuvent, à tout moment, copier les produits et les services qui composent son offre, faisant perdre à ceux-ci, du même coup, leur caractère distinctif ou ses atouts.

Conséquemment, la Société doit, pour affirmer, maintenir et consolider son leadership, être à l'affût des besoins, des attentes et des préférences de ses clients, considérés individuellement et en tant que groupe ou segments de clientèles significatifs. Elle doit être proactive et innover constamment dans la création de nouveaux produits et services.

La collaboration, l'intégration et le développement de partenariats solides

La Société est consciente de l'impact de ses interventions dans son milieu et le caractère de dépendance et d'interdépendance qui caractérise les relations entre les divers acteurs de l'industrie touristique. Aussi, elle doit déterminer les actions qu'elle doit exercer seule et celles qu'elle a intérêt à mettre en place en collaboration avec d'autres, afin de maximiser l'atteinte de ses objectifs ainsi que sa contribution significative aux objectifs de l'industrie touristique et de ceux concernant son développement régional. L'action de la Société se veut convergente avec la vision ministérielle et gouvernementale en matière de développement de l'industrie touristique et conforme aux principes et modes de gestion de l'État.

L'excellence

Le succès de la Société est directement relié à sa capacité de se démarquer de la concurrence par la qualité exceptionnelle de son expérience client. Pour atteindre ce niveau de qualité, la Société doit, pour chacun des éléments qui composent cette expérience, livrer une prestation basée sur l'excellence.

Un style de gestion mobilisateur

La Société considère que sa gestion interne doit reposer sur la concertation, la cohérence, la cohésion et la convergence dans ses actions et sur une dynamique de fonctionnement à partir d'une perspective horizontale plutôt que verticale. La finalité du rôle des gestionnaires n'est pas la protection des limites « géoadministratives » de leur unité administrative, mais la contribution de celle-ci et de chacun des membres qui la composent à la réalisation des objectifs de la Société.

Dans ce contexte, le style de gestion des gestionnaires de la Société doit être humaniste, flexible et non complaisant, centré sur l'atteinte et l'évaluation des résultats. L'exercice d'un leadership performant de la part des gestionnaires signifie que ceux-ci proposent des changements, dirigent sans imposer, motivent sans ordonner, rassemblent, mobilisent, inspirent, valorisent la créativité et l'intuition, et surtout, font converger toute l'énergie de leur équipe vers la même direction.

La technologie comme soutien à l'action humaine

La technologie et son développement sont importants et d'intérêt dans la mesure où ils contribuent au développement et à la valorisation des personnes et du travail, le tout dans le contexte d'une stratégie de différenciation centrée sur l'expérience client totalement satisfaisante.

La Société considère son développement technologique sous deux aspects : la technologie qui soutient les activités de gestion et celle qui fait partie intégrante de son offre de service.

Une approche de marketing relationnel

La réussite du positionnement de la Société, basé sur l'offre d'une expérience de service totalement satisfaisante, suppose une approche maîtresse de stratégie marketing, dite « marketing relationnel ». Cette stratégie vise à fidéliser et à rentabiliser la clientèle. La Société doit donc déterminer les moyens de créer un avantage concurrentiel dans un contexte où l'offre de service peut être reproduite à tout moment.

Une saine gestion, la transparence et l'éthique

La rigueur, l'efficience, la transparence et la flexibilité caractérisent les modes de gestion de la Société. Celle-ci s'assure du respect des règles d'équité en matière de gestion des ressources humaines, financières, matérielles, informationnelles et d'octroi de contrat. Elle développe des règles de gestion claires, simples et efficaces, lesquelles doivent conduire à des solutions appropriées.

Dans la réalisation de ses objectifs, ainsi qu'à tous les niveaux de sa structure, la Société s'assure également de respecter les règles contenues dans son code d'éthique.

La Société doit gérer ses processus administratifs de manière à établir un juste équilibre entre le souci de bien servir la clientèle, d'optimiser l'impact et l'efficacité de son activité commerciale ainsi que les exigences minimales requises afin de bien s'acquitter de ses obligations en tant que société d'État et fiduciaire de biens publics.

La Société doit s'assurer que toutes les actions qu'elle entreprend reflètent un souci constant de réduction des coûts, directs et indirects ainsi qu'un accroissement des revenus. Ses décisions doivent résulter d'un juste équilibre entre l'analyse rationnelle du coût et des revenus d'une opportunité d'affaires et le flair qui résulte de l'expérience et de l'expertise. La Société devra distinguer les activités qui sont stratégiques et qui font appel à son expertise et à ses compétences fondamentales de celles qui ne le sont pas, et qui, par souci d'efficacité, peuvent être effectuées par des partenaires.

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Afin de déterminer ses objectifs stratégiques et ses stratégies lui permettant de faire des choix judicieux annuellement pour bâtir son plan d'action, la Société a déterminé ses orientations stratégiques pour 2005-2008 :

- Solliciter la venue de congrès, réunions et expositions d'envergure.
- Exercer son rôle de moteur économique.
- Maintenir le positionnement de centre de congrès de calibre international.
- Offrir une expérience client totalement satisfaisante.
- Exercer des activités commerciales ou autres activités de nature à contribuer au développement du centre et en assurer l'exploitation, la promotion et l'administration.

9.7 PLAN D'ACTION

Le *Plan d'action 2005-2006* a été élaboré à partir des objectifs stratégiques déterminés pour chacun des contextes suivants : commercial, organisationnel, financier, opérationnel et institutionnel. Il s'agit là d'une nouvelle façon de répartir les actions qui correspond davantage à la réalité opérationnelle de la Société. Ainsi, pour la première année de son plan d'affaires 2005-2008, le plan d'action annuel comptait 59 actions réparties par contexte, ce qui reflète les priorités de l'organisation ciblées par l'équipe de gestion. S'ajoutent à ces actions le plan marketing ainsi que le plan de communication dont les grandes orientations ont été approuvées par le conseil d'administration.

Répartition des actions

Contexte	Nombre d'actions	Proportion du plan d'action
Financier	9	15 %
Opérationnel	6	10 %
Organisationnel	16	27 %
Institutionnel	8	14 %
Commercial	20	34 %
Total	**59**	**100 %**

Contexte financier

Les actions du contexte financier visaient entre autres à optimiser les processus opérationnels, la réduction des coûts et le raffinement de l'analyse du coût des événements.

Contexte opérationnel

La Société a concentré ses efforts sur la gestion des événements en fonction des travaux de rénovation du secteur 2000, l'optimisation de l'utilisation des outils informatiques et le développement de partenariats d'affaires.

Contexte organisationnel

La communication interne, un sondage sur la qualité de vie au travail et sur la reconnaissance, une activité de formation et de motivation, le début des travaux sur la révision de la gestion documentaire, la signature de la convention collective et la réalisation d'un plan d'approvisionnement étaient au programme pour l'année 2005-2006.

Contexte institutionnel

La réalisation du plan de communication s'inscrit sous ce contexte en plus d'actions spécifiques telles que la réalisation d'un sondage perceptuel, l'élaboration d'un programme pour souligner le 10e anniversaire du Centre et différentes interventions afin de valoriser le rôle de moteur économique du Centre dans la région.

Contexte commercial

C'est à ce contexte que la plus grande proportion des actions a été consacrée. En plus des actions prévues au plan marketing, les actions visaient entre autres le développement d'offensives sur différents marchés, la révision des outils de vente et de promotion, la refonte du questionnaire de satisfaction de la clientèle et l'élaboration d'un programme pour souligner la fidélité des clients au cours des dix dernières années.

9.8 RÉALISATION DU PLAN D'ACTION

Le taux de réalisation du *Plan d'action 2005-2006* affiche une hausse par rapport à 2004-2005. Ce résultat est d'autant plus intéressant que plusieurs dossiers majeurs ont dû être traités en marge de ce plan tels que l'examen des ministères et organismes, la vérification des processus d'acquisition et de gestion des contrats et l'organisation du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès*.

UNE SOCIÉTÉ COMMERCIALE

CONTEXTE COMMERCIAL

10.1.1 EFFORT DE VENTE

Les activités promotionnelles ciblées

La Société participe annuellement à des bourses touristiques et des promotions précongrès sur chacun des marchés pour le bénéfice de la clientèle. En 2005-2006, la Société a réalisé 10 activités promotionnelles ciblées, soit une sur le marché québécois, quatre sur le marché canadien, une sur le marché américain et quatre pour l'international. Elles ont rejoint 25 clients actuels et potentiels.

Activités promotionnelles tenues en 2005-2006

Nom de l'activité	Endroit et date
Marché québécois	
Fidélisation (OTQ)	Montréal, nov. 2005
Marché canadien	
Québec City Day	Ottawa, juin 2005
Québec Cup	Toronto, juin 2005
I.M.P.A.C.	Québec, oct. 2005
Québec City Day	Toronto, nov. 2005
Marché américain	
Cocktail ACFP Board Meeting	Québec, sept. 2005
Marché international	
Promo précongrès AIPC	Francfort, Allemagne, avril 2005
Promo précongrès ICC	Mexico City, Mexique, oct. 2005
Promo précongrès 19th WCPM	Kobe, Japon, août 2005
Promo précongrès IEEE	Tampa, Floride, oct. 2005

Tournées de familiarisation

La Société a organisé et reçu quatre tournées de familiarisation conjointement avec l'Office du tourisme de Québec et les partenaires de la région.

Bien que l'objectif ultime de ces événements vise à conclure des ventes, ceux-ci sont souvent menés en vue de faire découvrir la région et le Centre auprès d'une clientèle extérieure et, donc, pour débuter une relation de vente. Cette dernière peut bien sûr s'échelonner sur plusieurs mois, voire des années, avant d'aboutir sur une vente et, ainsi, générer des revenus. Pour cette raison, le calcul de conversion à court terme de ces efforts de vente sous-estime les bienfaits de ces activités.

Sommaire des tournées de familiarisation 2005-2006

Marché	Nombre de clients potentiels
Marché américain	2
Marché américain	7
Marché américain	3
Marché canadien	15
	27

Dépôt de candidatures

Tout comme en 2004-2005, la Société a réalisé en 2005-2006 trois dépôts de candidature destinés au marché international. Les événements pour lesquels la Société a déposé sa candidature cette année sont le *XIII^e Congrès international de viabilité hivernale de l'AIPCR* à Paris, l'*International Congress on Molecular Plant-Microbe Interactions* à Cancun et le *Congress of the International Federation for Structural Concrete* à Budapest. Trois candidatures déposées l'ont été avec un succès à ce jour de 33 %, soit une victoire, un insuccès et une réponse toujours en attente.

Cercle des ambassadeurs

Le Cercle des ambassadeurs est un regroupement stratégique mis sur pied par l'Office du tourisme de Québec, la Société du Centre des congrès de Québec et la Chambre de commerce de Québec.

Membre fondateur du Cercle, la Société contribue au financement de ses opérations à raison d'une cotisation annuelle de 35 000 $. Comme chaque année, la Société a pris part activement aux activités du Cercle et s'est impliquée au sein du comité directeur.

Entente avec l'Université Laval

Depuis septembre 1999, la Société profite d'une entente intervenue avec l'Université Laval. Cette entente permet au Centre d'avoir accès à un réservoir de contacts nationaux et internationaux que représentent les membres de la communauté universitaire de l'Université Laval.

Au cours de l'année, ce sont trois événements qui ont été démarchés. Ces événements ont profité de cette entente par le biais de remises sur leur loyer de base de salle d'un montant total de 16 000 $.

Réseautage

Le réseautage constitue l'un des éléments clés de l'approche marketing de la Société, c'est pourquoi il est à la base de sa stratégie maîtresse pour assurer le développement de sa clientèle.

Cette année encore, la Société a maintenu, soutenu et développé des liens avec les intervenants suivants :

- Les principaux hôteliers
- Les différentes chambres de commerce du Québec
- L'Aéroport de Québec
- Les différents représentants socioéconomiques dans le cadre des activités du Groupe d'action pour les liaisons aériennes (GALA)
- L'Office du tourisme de Québec (OTQ)
- Tourisme Québec : les délégations du Québec à l'étranger
- Les centres de congrès membres de l'Association internationale des centres de congrès (ICCA)
- La Commission ainsi que le Bureau de la Capitale-Nationale
- La Commission canadienne du tourisme et les ambassades à l'étranger
- Les consulats étrangers présents à Québec
- Les centres de congrès canadiens faisant partie de l'Association des centres de congrès du Canada (CC of C)
- Les centres de congrès membres de l'Association internationale des palais de congrès (AIPC)

Fidélisation des clientèles régionale et québécoise

En 2005-2006, la Société a souligné la 10^e^ édition des événements qui se sont tenus au Centre depuis son ouverture en 1996. À cet effet, une carte de remerciements ainsi qu'une boîte de mignardises ont été remises à chaque client visé, et une bannière géante a été installée à l'entrée du Centre pour chacun des événements.

De plus, la Société a organisé une soirée spéciale en l'honneur des clients ayant tenu leur événement au Centre pendant dix années consécutives afin de les remercier de leur fidélité.

Visites d'inspection

La Société a reçu 21 clients dans le cadre des 15 visites d'inspection réalisées en 2005-2006. Le taux de conversion s'élève à 53 % comparativement à 50 % en 2004-2005. Ainsi, 9 clients ont signé un contrat ou ont pris un engagement.

Sommaire des visites d'inspection 2005-2006

Nombre d'organisations / visites	Nombre d'événements potentiels	Taux de conversion
Marché canadien 13 / 9	9	78 % (7/9)
Marché américain 7 / 5	7	29 % (2/7)
Marché international 1 / 1	1	0 % (0/1)
Total : 21 / 15	17	53 % (9/17)

Participation à des bourses

Les délégués commerciaux ont participé à 17 bourses en 2005-2006 et y ont rencontré 181 clients potentiels, comparativement à 22 bourses en 2004-2005. À cette époque, deux délégués étaient actifs sur le marché, comparativement à un seul actuellement, ce qui explique l'écart de participation.

Participation à des bourses en 2005-2006

Marché	Participations réalisées	Clients potentiels
Marché québécois	3	50
Marché canadien	5	64
Marché américain	9	67
Total	17	181

Voyages de sollicitation

Durant l'année 2005-2006, l'équipe des ventes de la Société a réalisé 14 voyages de sollicitation comparativement à 10 l'année précédente.

Voyages de sollicitation réalisés en 2005-2006

Marché	Voyages réalisés	Clients potentiels
Marché québécois	5	30
Marché canadien	4	31
Marché américain	4/6*	21
Marché International	1	1
Total	14	83

** Deux des voyages de sollicitation ont été remplacés par des bourses.*

Ententes conclues pour les années futures

En 2005-2006, l'équipe des ventes de la Société a conclu 133 ventes, soit 13 de plus que l'objectif fixé à 120. La moitié des événements vendus en 2005-2006 s'est déroulée au cours de cette même année tandis que les autres se réaliseront dans les années futures.

Ententes conclues en 2005-2006 pour l'année 2005-2006 et les années futures

Marché	An 10 (2005-2006)	An 11 (2006-2007)	An 12 (2007-2008)	An 13 (2008-2009)	An 14 (2009-2010)	An 15 (2010-2011)	Nombre d'événements
Congrès international	0	2	3	1	1	0	7
Congrès américain	0	0	0	1	1	1	3
Congrès canadien	4	4	4	3	0	0	15
Congrès québécois	6	16	5	6	1	1	35
Sous-total congrès	10	22	12	11	3	2	60
Autres événements	54	19	0	0	0	0	73
Total événements	64	41	12	11	3	2	133

Émergence de nouveaux événements

Au cours de l'année 2006-2007, l'émergence de nouveaux événements constituera une des priorités de la Société. Des discussions et travaux sont amorcés avec diverses organisations et devraient permettre à la Société d'être partenaire dans la création d'événements dès l'année 2006-2007.

Le développement d'événements ponctuels ou récurrents ouverts au grand public tels que la *Grande nuit Ballroom*, organisée avec l'Orchestre symphonique de Québec, permettra d'augmenter l'achalandage durant les périodes creuses du calendrier tout en offrant à la population l'opportunité de mieux connaître le Centre.

10.1.2 EXPÉRIENCE CLIENT TOTALEMENT SATISFAISANTE

La satisfaction de la clientèle étant au cœur de l'expérience offerte à la clientèle du Centre, la Société tient à connaître et à analyser les différents éléments qui influent sur celle-ci. C'est pourquoi le questionnaire de satisfaction de la clientèle a été entièrement revu et sera distribué aux clients en mai 2006.

La révision de ce document vise à approfondir les sujets d'intérêt pour la Société telles que les raisons du choix de Québec et du Centre, le succès obtenu à Québec comparativement à d'autres sites, l'évaluation de la tarification, les intentions de retour et de référencement et l'intérêt envers les nouveaux *Produits et services+*. Cette nouvelle version du questionnaire permettra ainsi à la Société d'ajuster son offre aux besoins de sa clientèle.

Le questionnaire a été modulé en trois versions (congrès avec exposition, congrès sans exposition et autres événements sans exposition), ce qui permet d'envoyer le questionnaire approprié à chaque client et d'exclure toute question ne s'appliquant pas à celui-ci.

L'envoi du questionnaire est passé en mode électronique facilitant les relances, le traitement des données et les rapports.

Des 121 questionnaires envoyés, 37 ont été remplis pour un taux de réponse de 31 % comparativement à 39 % en 2004-2005. Cette diminution s'explique en partie par le fait que plusieurs clients récurrents ne répondent pas de façon systématique au questionnaire. Grâce aux améliorations apportées, le taux de réponse augmentera assurément en 2006-2007.

La satisfaction globale de la clientèle est demeurée identique à celle de 2004-2005, soit à 100 %, et ce, malgré les travaux de réfection du secteur 2000.

Le grand professionnalisme de l'ensemble du personnel avant, pendant et après l'événement a permis d'obtenir de très bons résultats pour la satisfaction de la clientèle envers le personnel de la Société et du Centre.

L'administration et les services audiovisuels ont reçu une note parfaite de 100 %, augmentant respectivement de 9 et 14 points de pourcentage, tandis que les services d'accueil et les ventes ont connu une légère diminution.

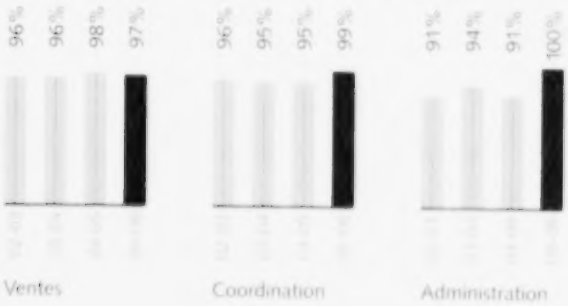
Les services alimentaires ont connu une nette hausse au cours de la dernière année.

De plus, les rénovations du secteur 2000 ont permis d'aménager deux cuisines satellites qui faciliteront le service de banquets dans la salle 2000 assurant ainsi la qualité exceptionnelle des services alimentaires.

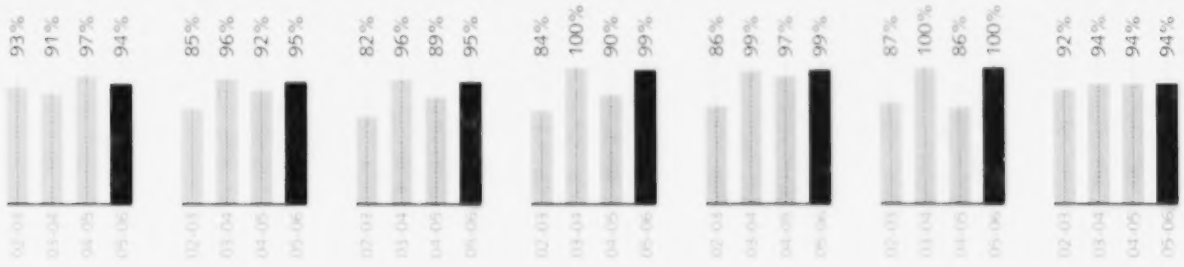
Les menus sont constamment révisés pour les adapter aux goûts des différentes clientèles.

Évaluation globale de la satisfaction de la clientèle (taux « totalement satisfaite » et « très satisfaite »)

Évaluation de la satisfaction de la clientèle à l'égard du personnel de la Société du Centre des congrès de Québec



Évaluation de la satisfaction à l'égard du personnel des sous-traitants, des fournisseurs officiels ou exclusif de la Société



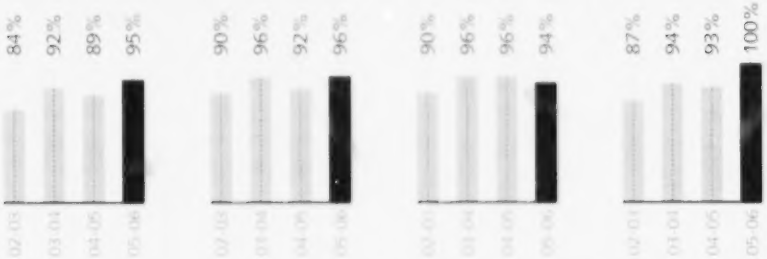
En ce qui concerne l'immeuble, la satisfaction de la clientèle envers les services offerts par le Centre est en hausse, passant de 89 % à 95 %, et ce, malgré les travaux de rénovation du secteur 2000. En effet, tout avait été mis en place pour réduire au maximum les effets négatifs entraînés par les travaux.

La satisfaction envers les services de télécommunication dans les salles a augmenté passant de 92 % à 96 % et les services de signalisation dynamique ont obtenu une note parfaite de 100 % comparativement à 93 % en 2004-2005.

La satisfaction pour les télécommunications dans les stands a connu une légère diminution passant de 96 % à 94 %.

La satisfaction de la clientèle envers les services de signalisation routière, les hôtels et les environs du Centre n'a varié que de quelques points passant ainsi, respectivement, de 82 % à 80 %, de 91 % à 93 % et de 95 % à 94 %.

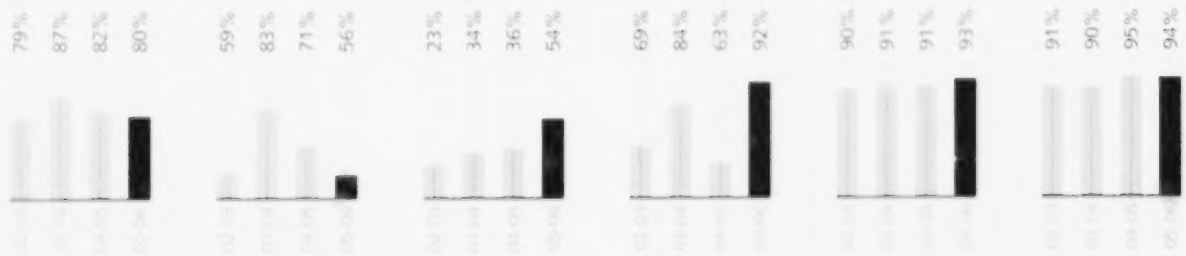
Évaluation de la satisfaction de la clientèle à l'égard des services offerts au Centre des congrès de Québec



La satisfaction envers les stationnements a chuté de 71 % à 56 %, une baisse de 15 points qui peut s'expliquer par les travaux majeurs au stationnement de Place Québec. Un calendrier d'autorisation des travaux permettait de limiter les problèmes et un avis spécifique a été adressé à tous les clients les informant de la situation et leur proposant de diriger leurs participants vers les stationnements D'Youville et Marie-Guyart.

Le transport aérien a vu la satisfaction augmenter de 18 points de pourcentage et la satisfaction envers les transports locaux passer de 63 % à 92 % grâce aux démarches entreprises avec le Réseau de transport de la Capitale pour établir des améliorations aux services à la clientèle.

Évaluation de la satisfaction de la clientèle à l'égard des services offerts à l'extérieur du Centre des congrès de Québec



Produits et services+

Voulant bonifier son offre de service tout en augmentant ses revenus, la Société a développé une nouvelle gamme de produits et services. En partenariat avec plusieurs entreprises de la région telles que les Copies de la Capitale, Vidéotron, Québec Scope Magazine et Avis location de voitures, les *Produits et services+* visent à faciliter l'organisation et la tenue d'événements au Centre des congrès de Québec.

Les *Produits et services+* ont permis à la Société de générer des revenus bruts plus élevés que ceux estimés pour l'année 2005-2006 au cours de la première période de huit mois de services.

La gamme des *Produits et services+* sera élargie en 2006-2007 tant avec des services offerts à l'interne qu'avec de nouveaux partenaires.

Ententes avec les fournisseurs

À l'exception de l'entente avec le Collège Mérici pour les services d'accueil qui a été renouvelée jusqu'au 30 juin 2007, aucune autre entente avec les fournisseurs n'a été modifiée en 2005-2006.

Plusieurs ententes viendront cependant à échéance en 2006-2007, soit celles pour les services audiovisuels, de sonorisation, d'éclairage et d'exposition. La Société en est à l'analyse des options qui lui sont offertes.

Les redevances alimentaires ont cependant subi un recul de 227 538 $ passant de 1 388 297 $ en 2004-2005 à 1 160 759 $ en 2005-2006. Cette diminution est attribuable à la fermeture du secteur 2000 durant les huit mois qu'ont duré les travaux de rénovation. L'augmentation du nombre de soirées de Noël a toutefois permis de limiter le recul.

Trouver des solutions

Toujours soucieuse de corriger des situations à l'origine de plaintes et de développer de nouveaux produits et services visant à réduire les coûts, à augmenter les revenus et, surtout, à accroître la satisfaction de la clientèle, la Société a créé en mars 2000 le Comité d'amélioration continue de la qualité (CACQ).

Ce comité regroupe du personnel de chaque direction et un gestionnaire, ce qui donne une vision globale des opérations du Centre et du processus client. En obtenant sur-le-champ l'avis de tous les services concernés, les problèmes sont solutionnés plus rapidement et efficacement.

Durant ses quatre rencontres en 2005-2006, le CACQ a traité 119 sujets dont 97 ont été réglés, 20 sont en cours de traitement et 2 sont demeurés statu quo pour un pourcentage d'efficacité de 81,5 %.

En cours d'année, le CACQ a clarifié sa mission par rapport au comité vert et au comité d'optimisation qui travaillent eux aussi à l'amélioration des méthodes de travail et qui développent des solutions visant l'économie et l'efficacité.

Un logo a été créé pour identifier le CACQ et des textes ont été publiés dans *La Suite* pour informer le personnel du Centre des réalisations du comité.

Rétroinformation

Le succès des événements étant au cœur de l'expérience client, le Centre et son équipe cherchent à faire de tous les événements qu'ils accueillent un succès retentissant assurant ainsi la récurrence de ces événements à Québec, et plus particulièrement, au Centre.

La collecte des commentaires et suggestions par le biais des questionnaires de satisfaction à la clientèle et par les lettres adressées au personnel de la Société et de ses sous-traitants permet d'évaluer l'expérience des clients et, ainsi, d'améliorer les services.

Le rapport postévénement complété par les coordonnateurs d'événements permet aussi d'intégrer au processus d'évaluation toutes les informations pertinentes sur l'événement.

10.1.3 OUTILS PROMOTIONNELS

En 2005-2006, la Société a cherché à renouveler sa gamme de produits destinés à faciliter la promotion du Centre. Du dépliant en passant par les objets promotionnels, tout a été revu. Ainsi, le nouvel inventaire compte des objets et des outils s'adaptant à chacune des situations où un objet doit être remis pour marquer l'imaginaire de nos clients.

10.1.4 EFFORTS CONJOINTS DE COMMERCIALISATION

Afin de développer et de maintenir son image sur les différents marchés, la Société effectue des placements publicitaires de nature promotionnelle. En 2005-2006, la Société a investi un total de 129 500 $ dans trois campagnes de publicité conjointes avec l'Office du tourisme de Québec soit :

- 14 500 $ (11,2 %) sur le marché québécois
- 27 000 $ (20,8 %) sur le marché canadien
- 70 000 $ (54,1 %) sur le marché américain
- 18 000 $ (13,9 %) sur tous les marchés

Les budgets de publicité étant restreints et les marchés à couvrir très vastes, une mise en commun des budgets des partenaires de la région permet d'exécuter des campagnes publicitaires percutantes.

10.1.5 DES OBJECTIFS ET DES RÉSULTATS

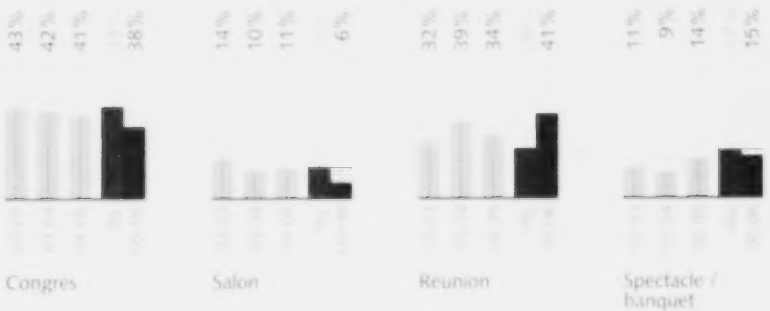
En 2005-2006, le Centre a accueilli 141 événements comparativement à 131 en 2004-2005 dépassant largement son objectif de 121 événements. Ces événements ont attiré 148 500 visiteurs et généré des revenus de 5 033 148 $, soit 533 148 $ de plus que l'objectif financier de 4 500 000 $. Les objectifs ont donc été atteints à 117 % pour le nombre d'événements et à 112 % pour les revenus.

	Nombre d'événements			Revenus d'événements		
	Objectifs	Résultats	% réalisé	Objectifs	Résultats	% réalisé
Congrès						
International	3	3	100 %	238 660 $	188 127 $	79 %
Américain	9	9	100 %	604 660 $	589 938 $	98 %
Canadien	9	8	89 %	511 000 $	640 106 $	125 %
Québécois	32	33	103 %	1 610 240 $	1 819 659 $	113 %
	53	53	100 %	2 964 560 $	3 237 830 $	109 %
Salons	13	9	69 %	735 150 $	656 521 $	89 %
Réunions	34	58	171 %	429 325 $	711 059 $	166 %
Spectacles/banquets	21	21	100 %	370 965 $	427 738 $	115 %
Total	**121**	**141**	**117 %**	**4 500 000 $**	**5 033 148 $**	**112 %**

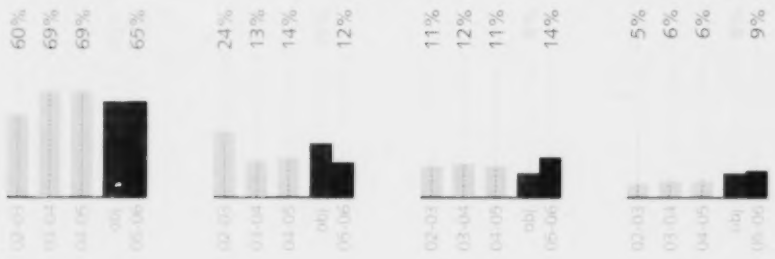
La force du marché à court terme et de proximité (congrès québécois, réunions et spectacles/banquets) explique la bonne performance du Centre et a permis de combler la faiblesse annoncée des congrès canadiens et étrangers.

Comparativement à l'année précédente, le Centre a reçu significativement moins de congrès hors Québec, au profit de congrès québécois, et moins de salons, au profit de réunions et spectacles/banquets.

Distribution, exprimée en pourcentage, du nombre d'événements par catégorie



Distribution, exprimée en pourcentage, des revenus d'événements par catégorie

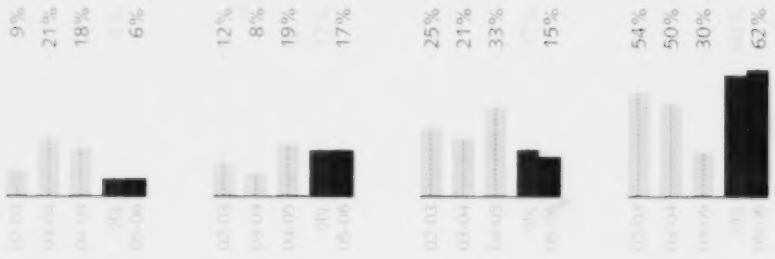


Le marché des réunions compte 24 événements de plus que prévu dont 9 petits événements commerciaux inférieurs à 1 000 $ (conférences de presse, réunions gouvernementales, etc.).

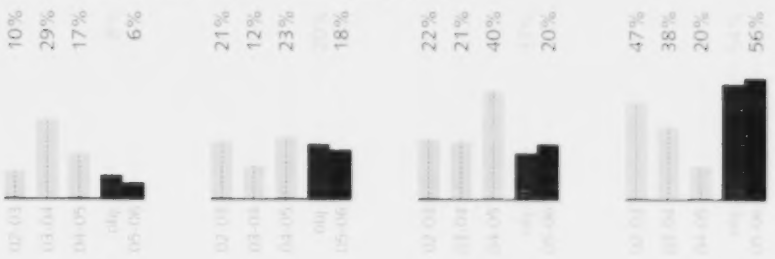
La Société a atteint 135 % de son objectif en revenus de redevances alimentaires grâce à la bonne performance des événements de décembre (*Pfizer Canada Sales Meeting*, *Gala du 25e anniversaire Valéro d'Ultramar* et les soirées de Noël), et grâce aux congrès *Telus 2006 Sales Conference* et *Canosix* et aux congrès québécois.

La marge brute passe de 73 % en 2004-2005 à 74 % en 2005-2006. Le grand chantier de l'optimisation des ressources et le suivi plus poussé des événements récurrents, principalement les salons, expliquent cette bonne performance.

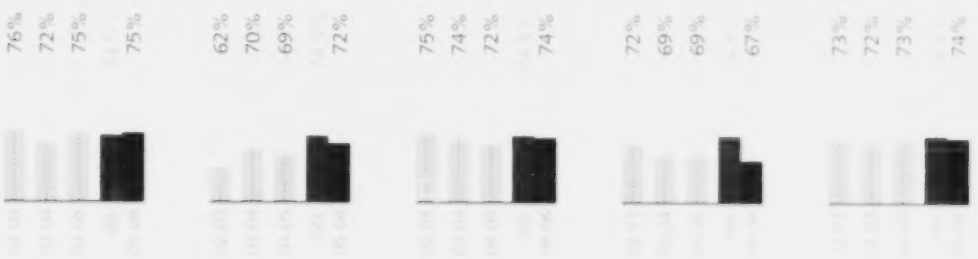
Distribution, exprimée en pourcentage, du nombre de congrès par marché géographique



Distribution, exprimée en pourcentage, des revenus de congrès par marché géographique



Pourcentage de marge bénéficiaire brute par catégorie d'événements

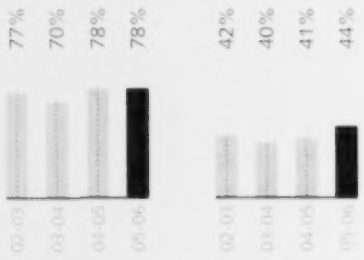


L'analyse du taux d'occupation basé sur les jours d'occupation démontre que le Centre a été occupé pendant 283 jours pour 141 événements, comparativement à 285 jours pour 131 événements en 2004-2005.
À noter, cette année, que le nombre total de 141 événements inclut 9 petits événements commerciaux inférieurs à 1 000 $.

Selon la méthode préconisée par la Société, basée sur la superficie occupée, le taux d'occupation est de 44 % en 2005-2006 comparativement à 41 % en 2004-2005, soit un record en excluant l'année d'ouverture du Centre.

L'analyse du taux d'occupation mensuel démontre que le mois de décembre affiche un record depuis l'ouverture du Centre. Les mois d'avril et de novembre ont été les plus occupés de l'exercice tandis que les mois d'août et de janvier ont été moins achalandés.

Taux d'occcupation



Jours d'occupation

Espace occupé par secteur

Taux d'occupation mensuel (espace occupé par secteur)

LISTE DES ÉVÉNEMENTS

AVRIL	Marché
Congrès Autopro 2005	Québécois
Congrès du Syndicat de la fonction publique du Québec	Québécois
Salon international du livre de Québec 2005	Québécois
Rendez-vous beauté 2005	Québécois
Réunion des salariés de la CSN	Québécois
Cérémonie de remise de médailles Opération Athéna	Québécois
44e Congrès annuel de l'Association des pharmaciens des établissements de santé du Québec	Québécois
Congrès 2005 de l'AQME	Québécois
Huis clos du budget	Québécois
Congrès du Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes	Canadien
Assemblée générale du STTCSN	Québécois
Tournée sur le partenariat pour une meilleure gestion de la forêt québécoise	Québécois
Assises annuelles 2005 de l'Union des municipalités du Québec	Québécois
Consultations ministérielles dans le cadre du congrès de l'UMQ	Québécois

MAI	Marché
Mackenzie Financial Spring University 2005	Québécois
Gala national des Grands Prix du tourisme québécois	Québécois
TI Contact 2005	Québécois
Assises touristiques	Québécois
Examens de la Commission de la fonction publique du Canada	Québécois
4e Symposium international de Québec sur la réadaptation cardio-respiratoire	Québécois
Réunion de l'Association des cadres du gouvernement du Québec	Québécois
Toyota Canada New Model Information Session	Québécois
Assemblée des déléguées et délégués syndicaux du SPGQ	Québécois
Salon d'achats et congrès PharmEssor Inc.	Québécois
The 207th Meeting of The Electrochemical Society	Américain
Take Off 6	Québécois
Colloque 2005 du CEFRIO	Québécois
Colloque des directeurs généraux de l'est du Québec	Québécois
GM Réunion Produit Plus	Québécois
GM Réunion Produit Plus	Québécois
93e Conférence annuelle de l'Association des pharmaciens du Canada	Canadien

JUIN	Marché
XVe Congrès national	Québécois
Réunion du Conseil exécutif et conférence de presse	Québécois
Journée sur les acquisitions	Québécois
Formation 2005 de l'OCCOPPQ	Québécois
Table Québec-Régions	Québécois
Session de formation continue Downeast	Québécois
Congrès 2005 de la Centrale des syndicats démocratiques	Québécois
Assemblée des représentants de Desjardins	Québécois
Réunion Conseil exécutif	Québécois
Conférence de presse du ministère des Transports	Québécois
2005 Annual Meeting of the Forest Products Society	Américain
SimplexGrinnell Roadshow	Québécois
Jeux mondiaux des policiers et pompiers	International

JUILLET	Marché
Conférence de presse Vidéotron	Québécois
Annual Meeting of the Academy of International Business	International
Congrès de l'Association internationale des palais de congrès	International
Society for Study of Reproduction 2005 Annual Meeting	Américain
Gathering of Watchmen for the Nations	Canadien

AOÛT	Marché
Session de formation continue Downeast	Québécois
Salon Sports Excellence / Propac	Québécois

SEPTEMBRE	Marché
Déjeuner-conférence du Groupe CFC	Québécois
Réunion Familiprix	Québécois
Trimark PD Network Live	Québécois
Salon Vision 2005	Québécois
Colloque international sur l'oeil et la vision	Québécois
Simply Partnership Conference 2005	Canadien
Examens de l'Ordre des infirmières et infirmiers du Québec	Québécois
Congrès 2005 de l'ARCPQ	Québécois
Colloque en gestion des ressources humaines	Québécois
TRIADE 2005	Québécois
Forum franco-québécois sur la santé	Québécois
Congrès 2005 de la Fédération québécoise des municipalités	Québécois
Consultations ministérielles dans le cadre du congrès de la FQM	Québécois

OCTOBRE

	Marché
Congrès de l'Ordre des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec	Québécois
CMEC Meeting / Réunion du CMEC	Canadien
Rencontre conjointe des ministres responsables de l'Éducation, du marché du Travail et des Finances	Québécois
Table Québec-Régions	Québécois
Congrès Uni Pro et Le Spécialiste	Québécois
Federation of Analytical Chemistry & Spectroscopy Society 2005 Annual Meeting	Américain
North American Primary Care Research Group	Américain
International Hearing Society 54th Annual Convention & Exhibition	Américain
Canada's Tourism Leadership Summit 2005	Canadien
Colloque en santé et sécurité au travail	Québécois
Assemblée annuelle des employés de Groupe CGI	Québécois
72e Session des cours de perfectionnement du notariat	Québécois
85e Assemblée générale annuelle et congrès annuel 2005 de l'Ordre des infirmières et infirmiers du Québec	Québécois

NOVEMBRE

	Marché
Contech Événement bâtiment 2005	Québécois
Intracom 2005	Québécois
États généraux des femmes	Québécois
Conférence de presse du ministre Claude Béchard	Québécois
2005 Water Quality Technology Conference	Américain
Conseil général des négociations de la CSQ	Québécois
Salon d'achats 2005 de BMR inc.	Québécois
Session de formation continue Downeast	Québécois
Journée de l'informatique du Québec	Québécois
9es Journées annuelles de la santé publique	Québécois
Remise de prix de Recyc-Québec	Québécois
Réunion des PDG de la FCSQ	Québécois
La conférence nationale des présidentes et présidents	Québécois
AO ASIF Operating Room Personnel Course	Américain
Congrès 2005 de l'Association des pharmaciens propriétaires du Québec	Québécois
Fidelity Investments Canada	Québécois
Table Québec-Régions	Québécois
Rencontre de la ministre des Affaires municipales	Québécois
Colloque de la commission professionnelle des services éducatifs	Québécois
Rendez-vous des Présidents et des Directeurs généraux 2005	Québécois
Congrès 2005 de l'Union des producteurs agricoles	Québécois
Rencontre de la sous-ministre au ministère du Tourisme	Québécois

DÉCEMBRE

	Marché
Gala du 25e anniversaire Valero	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Super Métal)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/DMR)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Alcoa1)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Genivar)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Revenu Cda)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Alcoa2)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/CGI)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/La Capitale)	Québécois
Soirées de Noël SPL/EXFO	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Industrielle-Alliance)	Québécois
Pfizer Canada Sales Meeting	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Tanguay)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Gecko)	Québécois
Soirées de Noël 2005 (SPL/Ste-Foy Toyota)	Québécois
Réunion du CCSPP	Québécois
Soirée Intense	Québécois

JANVIER

	Marché
Rencontre du Secrétariat aux emplois supérieurs	Québécois
Fisher Scientific Annual Convention	Canadien
Coup d'envoi 2006	Québécois
Sessions de préparation à la retraite	Québécois
Soirée placement ICRA 2006	Québécois
Telus pre-sales meeting	Canadien
Journées vertes de La Coop fédérée	Québécois
Conférence d'hiver S.M. Vallée Winter conference	Québécois

FÉVRIER

	Marché
TELUS 2006 Sales Conference	Canadien
Rencontre Réseau D.R.	Québécois
Assemblée générale annuelle Agropur coopérative	Québécois
Table Québec-Régions	Québécois
23e Colloque de la Fondation de l'entrepreneurship	Québécois
La Bourse RIDEAU 2006	Québécois
Assemblée des déléguées et délégués syndicaux du SPGQ	Québécois
Salon 2006 de l'Association québécoise des intervenants en fournitures de bureau	Québécois
Colas InnovAction	Américain

MARS

	Marché
CIBC Annual General Meeting	Canadien
Toyota Canada New Model Information Session	Québécois
Salon 2006 des technologies environnementales du Québec	Québécois
Gala des Fidéides 2006	Québécois
Session de formation continue Downeast	Québécois
Assemblée générale annuelle du Mouvement des Caisses Desjardins	Québécois
Salon Distal 2006	Québécois
Audience publique du CRTC 2006	Québécois

10.2 CONTEXTE ORGANISATIONNEL

10.2.1 SAVOIR-ÊTRE

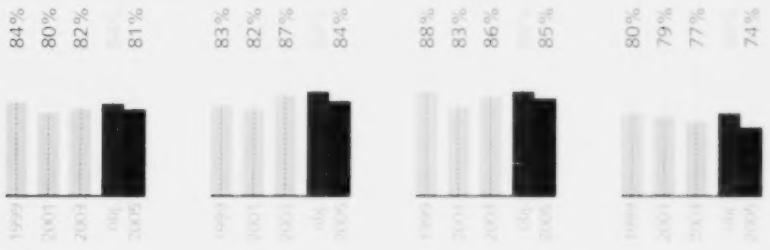
Climat organisationnel

Sondage Qualité de vie au travail

Désireuse de maintenir un climat de travail sain et motivant et de connaître l'opinion du personnel sur ce sujet, la Société a procédé à son quatrième sondage sur la qualité de vie au travail. Les résultats ont permis de constater un taux de satisfaction global du climat de vie au travail de 81 %.

Le taux de réponse s'élevait à 69 %.

Taux de satisfaction du personnel



Satisfaction globale | Sentiment d'appartenance | Adhésion à la vision et aux valeurs | Développement et formation

Sondage Reconnaissance au travail

Afin d'offrir un contexte de travail satisfaisant à tout son personnel, la Société a joint au sondage sur la qualité de vie au travail un questionnaire sur la reconnaissance au travail.

La compilation des 35 questionnaires a permis de dresser un portrait de la reconnaissance au travail à la Société et permettra d'entreprendre au cours de la prochaine année un plan d'action à cet égard.

Les résultats indiquent que les formes de reconnaissance les plus appréciées du personnel sont la reconnaissance quant à l'utilité du travail et la reconnaissance quant à la qualité du travail. Selon le personnel, elles sont toutes deux omniprésentes.

Évolution des ressources humaines

Révision des descriptions de postes

Le processus de mise à jour des descriptions de tous les emplois de la Société a débuté en décembre 2005. La Société a confié ce mandat d'envergure à une firme externe qui doit exécuter cet exercice en lien avec les travaux d'équité et de relativité salariale. La date limite fixée par les parties patronale et syndicale pour terminer l'exercice est le 31 décembre 2006.

Convention collective

Le 29 juin 2005, une nouvelle convention collective a été signée entre la Société et le Syndicat des employés de la Société affilié au SCEP (FTQ) dans un climat d'ouverture, le tout à l'intérieur des paramètres gouvernementaux. La durée de la nouvelle convention collective est de cinq ans, soit jusqu'en mars 2010.

La Société a sans doute été parmi les premiers organismes parapublics à appliquer le taux de majoration des traitements selon les barèmes gouvernementaux.

Traitement du personnel directeur

Conformément au cadre de gestion des ressources humaines dans les organismes gouvernementaux, la Société rend public le traitement de son personnel de direction.

Traitement du personnel directeur
pour la période du 1er avril 2005 au 31 mars 2006

		Échelle au 1er avril 2005	
Nombre	Classe	Minimum	Maximum
1	1	73 806 $	92 645 $
4	2	69 920 $	87 400 $
1	3	65 962 $	82 453 $
3	4	62 229 $	77 787 $

Le personnel, notre principal actif

La Société a toujours souligné le cinquième anniversaire d'années de service de son personnel. Ainsi, la Société a reconnu l'apport de deux employés en 2005-2006.

La communication au service des ressources humaines

Souhaitant tenir le personnel de la Société et du Centre bien informé, la Société a continué en 2005-2006 à publier le journal interne *La Suite* sous des thèmes tels que l'optimisation et les grands chantiers 2005-2006.

Aussi, la Société a maintenu l'envoi, chaque vendredi matin, du *Communiqué interne* permettant ainsi la diffusion d'information ponctuelle. L'envoi du *Point* a aussi continué en 2005-2006 sous les thèmes de l'optimisation budgétaire, du délai d'attribution des contrats et du regroupement des achats.

Des activités ont aussi été organisées afin de faire connaître les objectifs et les stratégies de la Société tout en entretenant le sentiment d'appartenance du personnel. Ainsi, trois activités ont eu lieu sous les thèmes *Assurer le savoir, Ensemble vers la première position* et *Noël 2005*.

10.2.2 SAVOIR-FAIRE

Polyvalence du personnel

Pour l'année 2005-2006, la Société a autorisé 21 sessions de formation, soit 29 de moins que l'année précédente. Cette diminution s'explique par les compressions budgétaires auxquelles la Société a dû faire face. Ainsi, les dépenses ont dû être diminuées à plusieurs niveaux.

Sommaire de la formation du personnel

	2005	2004
Montant réel dépensé :	**29 345 $**	130 863 $
Montant reporté :	**7 293 $**	
Pourcentage de la masse salariale dépensée incluant les dépenses reportées des années précédentes :	**1 %**	4 %
1 % de la masse salariale :	**36 638 $**	34 297 $
Nombre de formations autorisées :	**21**	50
Nombre de stagiaires :	**2**	1

Seules les formations suivantes ont été maintenues : sécurité dans les bâtiments, techniques de scène, premiers soins, développement des ressources humaines, développement durable, traitement des plaintes, gestion budgétaire, « leadership » et bureautique.

Performance énergétique

Trois actions ont été posées en 2005-2006 pour augmenter la performance énergétique du Centre, soit :

- Une campagne d'économie d'énergie sous le thème *Ménageons nos énergie*$ afin d'inciter le personnel à adopter des comportements énergétiquement économiques.
- Un suivi quotidien de l'occupation des salles permettant de mettre en marche les systèmes de ventilation uniquement lorsque c'est nécessaire.
- Un suivi continuel des températures d'opération des systèmes de chauffage et de refroidissement en fonction de la température extérieure et des besoins d'opérations du Centre afin de conserver le standard de qualité tout en économisant l'énergie.

En 2004-2005, des compteurs à gaz et à vapeur ont été installés. Même s'il est encore trop tôt pour mesurer les répercussions de ces outils, il est possible d'affirmer que ceux-ci permettent d'établir un bilan de production par source d'énergie ainsi qu'un comparatif de rendement de production entre les bouilloires pouvant permettre de déceler de mauvais fonctionnements.

Lors des rénovations du secteur 2000, plusieurs vieux systèmes très énergivores ont été éliminés de ce secteur pour être remplacés par des équipements éconoénergétiques. Les dépenses énergétiques devraient demeurer similaires étant donné que le volume d'air pour la ventilation, la quantité d'air frais à traiter pour répondre aux normes et la nouvelle capacité d'accueil ont augmenté.

Plan environnemental

Toujours soucieuse d'offrir à sa clientèle et à son personnel un environnement sain, la Société a maintenu sa politique environnementale en 2005-2006.

Au cours de cette même année, un comité vert a été formé de représentants de chaque direction. Ce comité vise, entre autres, la sensibilisation du personnel, la mise sur pied de campagnes promotionnelles internes de recyclage et l'évaluation des opportunités de remplacement de produits non recyclables.

La gestion des matières compostables ne relevant pas de la Société mais de la Ville de Québec, des actions concertées seront prises à l'automne 2006 dans le cadre de leur projet pilote.

Le pourcentage de matières résiduelles retournées par la Société en 2005-2006 est légèrement inférieur à celui de 2004-2005. Cela s'explique en partie par le volume important de tapis retourné au recyclage en 2004-2005.

Le volume de papier et de carton retourné en 2005-2006 est sensiblement inférieur au volume retourné en 2004-2005, soit 19 tonnes métriques par rapport à 24 tonnes métriques l'année précédente. Cela peut s'expliquer par des efforts de réduction de la consommation de papier. Les résultats de l'an prochain permettront de vérifier cette explication et de voir s'il s'agit d'une tendance.

En 2005-2006, la Société a retourné 95 000 litres de verre et de plastique comparativement à 130 000 litres en 2004-2005.

Les perspectives pour l'année 2006-2007 incluent la mise en place d'un nouveau produit pour la clientèle, soit la possibilité de tenir un « événement vert » ou à tendance zéro déchet et l'utilisation de la bio-vaisselle qui se décompose en 2 à 8 semaines.

Fonction approvisionnement

En 2005-2006, un plan d'action en 10 points a été élaboré afin d'accroître l'efficience des différents volets de la fonction approvisionnement. Il consistait à :

- Revoir le processus de demandes de matériel afin de favoriser la planification des travaux reliés à l'immeuble et aux différents biens appartenant à la Société.
- Établir et mettre en application un processus d'achat hebdomadaire par secteur d'activité pour regrouper les achats effectués par la Société et ainsi réduire le nombre de transactions faites au cours d'une même période.
- Concevoir et mettre en application un plan de gestion des inventaires pour l'ensemble des biens appartenant à la Société afin de compléter et de mettre à jour l'inventaire physique. Le premier inventaire global a été réalisé.

Au cours de l'année 2006-2007, la Société élaborera une politique concernant la gestion de ses inventaires.

Mission de vérification

Au cours de l'automne 2005, le Conseil du trésor a demandé à 20 ministères et organismes de réaliser un audit sur les contrats octroyés en 2004-2005. Ainsi, la Société a procédé à cette vérification.

Les travaux qui se divisaient en trois étapes, soit l'autoévaluation, la vérification externe des dossiers physiques et la vérification externe de la fiabilité des données fournies au Conseil du trésor, ont permis de conclure que la Société respecte les règles en vigueur et est en maîtrise quant aux risques et contrôles dans la gestion des contrats.

La qualité des rapports produits par la Société a été soulignée par le Conseil du trésor et des membres du personnel ont été invités à présenter la démarche suivie devant une vingtaine de ministères et organismes.

Examen des organismes du gouvernement 2005-2006

En 2005-2006, un groupe de travail mandaté par le Conseil du trésor dans le cadre de la modernisation de l'État a procédé à l'examen du rôle et des activités de 58 organismes du gouvernement dont la Société du Centre des congrès de Québec.

Cet exercice aura naturellement demandé une contribution significative de la Société qui a dû participer, d'une part, à l'élaboration d'un dossier complet d'information en lien avec les demandes du groupe de travail et, d'autre part, à diverses rencontres exploratoires à la demande du groupe de travail. Ces exercices et rencontres ont forcé la Société à procéder à des recherches plus pointues en matière d'impact économique et de modèles d'affaires différents.

Protection des renseignements personnels

En tant qu'organisme public, la Société se préoccupe de la protection de la vie privée tant pour son personnel que pour la clientèle du Centre.

Dans cette optique, certains formulaires ont été révisés afin de s'assurer que tous les renseignements personnels recueillis auprès du personnel de la Société, des sous-traitants ou des fournisseurs travaillant au Centre soient nécessaires aux opérations.

Par ailleurs, la sécurité des biens et des personnes lors de la tenue d'événements dans le Centre est une priorité de l'organisation et une attente spécifique de la clientèle. Cette sécurité est notamment assurée par un réseau de caméras dans les aires publiques. En 2005-2006, la Société a réévalué la pertinence de la présence de ces caméras et a conclu que leur utilisation et leur gestion sont toujours en lien avec les règles édictées par la Commission d'accès à l'information. Toutefois, la Société a ajouté un affichage permanent avisant les visiteurs de la présence de telles caméras.

Accès à l'information

Pendant l'exercice 2005-2006, quatre demandes d'accès à l'information ont été reçues. La moitié de ces demandes a été traitée à l'intérieur du délai de 20 jours et les deux autres ont nécessité que la Société se prévale du délai additionnel de 10 jours prévu à la loi.

Éthique

Les administrateurs

La secrétaire générale, membre du comité d'éthique, a présenté le bilan des activités 2005-2006 au conseil d'administration qui s'en est déclaré satisfait.

Le code d'éthique de la Société ainsi que celui des administrateurs ont été mis à jour afin de tenir compte des travaux concernant le *Plan d'affaires 2005-2008* à l'occasion desquels la mission et les valeurs d'entreprise ont été revues.

Aucun manquement à l'éthique n'a été signalé.

Le personnel

Des rappels ont été diffusés auprès du personnel concernant les règles d'éthique sur l'utilisation du courriel à des fins professionnelles et l'accès au réseau Internet en conformité avec les politiques et procédures de la Société.

À la demande du Secrétariat aux emplois supérieurs, la Société a également diffusé la Déclaration de valeurs de l'administration publique québécoise. Cette diffusion a permis de rappeler les valeurs de gestion de la Société ainsi que les valeurs éthiques incluses dans le code d'éthique.

Conseil d'administration

Le conseil d'administration a tenu sept réunions en 2005-2006. Il a eu l'occasion entre autres de s'intéresser aux dossiers suivants :

- Suivi des travaux de rénovation du secteur 2000
- Travaux d'élaboration du *Plan d'affaires 2005-2008* et des grandes orientations stratégiques et son approbation
- Octroi du contrat pour les services d'opération, d'entretien et de réparation des équipements mécaniques et électriques du Centre
- Programme de rémunération des délégués commerciaux

En 2005-2006, les membres du conseil d'administration sont demeurés les mêmes. Cependant, monsieur Claude Doré a démissionné de son poste d'administrateur et de vice-président du conseil d'administration en octobre 2005.

Comité de vérification

Le comité de vérification s'est réuni à trois reprises au cours de l'exercice 2005-2006 et les membres ont eu l'occasion de rencontrer les gestionnaires pour obtenir l'information nécessaire à l'exécution de leur mandat. Ils ont notamment étudié les états financiers trimestriels et annuels ainsi que le budget annuel et le plan d'immobilisations.

Ils se sont également intéressés à l'analyse du coût des événements, au suivi de la vérification du processus d'acquisition et de gestion des contrats et au rapport déposé au Conseil du trésor le 1er décembre 2005, au plan d'action en approvisionnement et au rapport du Vérificateur général à la suite du contrôle des systèmes informatiques.

Dans le cadre de son mandat, le comité de vérification prend connaissance, à chacune de ses réunions, de dossiers de fournisseurs sélectionnés à partir de la liste des transactions et vérifie la tenue des dossiers et le mode d'octroi des contrats. À chacune des réunions, le comité s'est déclaré satisfait de la tenue des dossiers ainsi que du processus d'octroi des contrats.

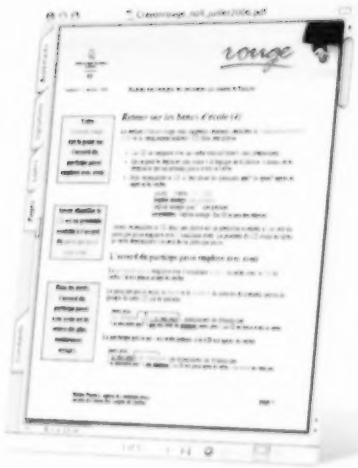
La présidente du comité de vérification a par ailleurs procédé à l'examen annuel du compte de dépenses de fonction et frais de représentation du président et directeur général de la Société, et s'en est déclarée satisfaite.

Lors de la réunion du 24 mars 2006, les représentants du Vérificateur général ont présenté au comité le *Plan de vérification des états financiers de la Société du Centre des congrès de Québec* pour l'exercice financier 2005-2006. Un des points abordés portait sur la présentation aux états financiers du traitement de la subvention utilisée pour l'acquisition d'immobilisations et de l'impact relié à la modification proposée.

Le français au Centre

La Société étant désireuse de maintenir un haut niveau de qualité dans ses activités et ses communications, un nouvel outil de communication interne a été développé.

Le *Crayon rouge* est publié plusieurs fois par année et vise l'amélioration de l'usage du français par le personnel. Cet outil permet de diffuser des informations sur les règles de français et, ainsi, garantir un haut niveau de qualité dans les communications écrites destinées à des interlocuteurs internes ou externes.



CONTEXTE OPÉRATIONNEL

10.3.1 OFFRE TECHNOLOGIQUE

Au cours de l'année 2005-2006, de nombreux efforts ont été fournis pour bonifier l'offre technologique.

Voulant faciliter l'organisation des événements pour sa clientèle, la Société a mis en ligne les bons de commandes pour les services aux exposants.

À l'aide du logiciel Webtrend, acquis en 2004-2005, la Société a pu comptabiliser 51 071 visiteurs de son site Internet au cours de l'année 2005-2006, nombre quasi similaire à celui de l'année précédente.

Une nouvelle application Internet développée par Spoutnik sera accessible en fin d'année 2006-2007. Les clients pourront monter leurs salles directement sur le site Internet du Centre et voir les résultats en direct.

Internet sans fil

Au cours de l'année 2005-2006, un réseau Internet sans fil couvrant les salles de réunion, la salle de congrès, la salle d'exposition ainsi que toutes les aires publiques a été mis en place. À ce projet était lié l'aménagement d'un café Internet permanent situé au foyer du niveau 3, qui a positionné le Centre des congrès de Québec comme un centre de congrès dynamique à l'écoute des attentes de sa clientèle. Ce concept de café Internet développé en collaboration avec Vidéotron ltée est une première dans un centre de congrès québécois.

Plusieurs forfaits d'Internet sans fil ont par ailleurs été créés à l'intention des organisateurs d'événements afin de leur offrir un service sur mesure, forfaits qui s'inscrivent d'ailleurs dans la gamme de *Produits et services+*.

10.3.2 OPTIMISATION DES OUTILS DE GESTION

Ayant implanté le logiciel de gestion Axapta en 2003-2004, la Société optimise maintenant son utilisation. Ainsi, en 2005-2006, l'horaire de garde pour les besoins en téléphonie et informatique a été produit par Axapta. De plus, le personnel du sous-traitant en électromécanique, Opsis, a dorénavant accès à ce logiciel qui facilite la planification des travaux et des demandes de matériel.

La création d'un outil d'identification des articles locatifs de téléphonie, selon leur programmation, par le logiciel de téléphonie CallPilot optimise considérablement le travail de l'installateur et diminue les risques d'erreur.

10.3.3 INTÉGRITÉ DES LIEUX

La Société investit d'importantes sommes afin de conserver l'intégrité du bâtiment. En 2005-2006, le plan d'immobilisations comptait 29 projets pour des sommes investies de 138 000 $. Il est à noter que certains projets ont été imputés au budget d'opération.

L'appel d'offres en services d'opération, d'entretien et de réparation des équipements mécaniques et électriques a été l'occasion d'apporter des modifications aux différentes façons de procéder et aux qualifications recherchées.

Aussi, la Société continue toujours, à l'aide de son logiciel d'entretien correctif et préventif, d'assurer l'intégrité du bâtiment.

Ancien Centre municipal des congrès

Attendus depuis longtemps, les travaux de rénovation de l'ancien Centre municipal des congrès, appelé secteur 2000, ont débuté en août 2005. En plus d'harmoniser les finis architecturaux avec le secteur 200 construit en 1996, ces travaux permettent d'offrir des installations de qualité, sécuritaires et modernes à la clientèle et au personnel.

La gestion par lots des spécialités, l'octroi des contrats après l'achèvement presque total des appels d'offres ainsi que le suivi rigoureux des travaux ont contribué au succès du projet. Ces raisons, de même que le travail d'équipe efficace et méticuleux, ont permis à la Société de compléter le projet au coût de 16,7 M$ au lieu des 17,2 M$ planifiés, pour une économie de 500 000 $.

La Société était maître d'œuvre des travaux, la Société immobilière du Québec, gestionnaire de projet, et J.E. Verreault, gestionnaire de construction. Cette formule a été un franc succès.

Le projet a été scindé en trois phases. Juin et juillet 2005 ont été consacrés à la préconstruction, soit la mobilisation de chantier et la démolition d'espaces inutilisés. Août 2005 à mars 2006, les travaux de la partie intérieure ont été réalisés. Finalement, c'est d'avril à juillet 2006, qu'aura lieu la rénovation de la nouvelle entrée Honoré-Mercier. La totalité du projet s'est déroulée selon l'échéancier prévu et a permis de respecter les engagements pris avec les clients.

L'échéancier s'étalait sur une période de huit mois étant donné la tenue d'événements dans les salles du secteur 2000 en juillet 2005 et en avril 2006 et l'importance de ne pas incommoder les clients. En plus des réunions de planification hebdomadaire, un calendrier d'autorisation des travaux a été mis en place par la Direction de la gestion immobilière de la Société pour validation auprès des coordonnateurs. Cet outil permettait d'informer les gestionnaires du chantier de l'horaire des événements se tenant dans le Centre. Aussi, un suivi très serré était effectué en cas de non-respect des périodes d'arrêt demandées.

Durant les huit mois qu'auront duré les travaux, 92 événements ont eu lieu dans le Centre. Les travaux ont permis d'augmenter la capacité d'accueil de la salle 2000 la faisant passer de 2 295 à 3 000 personnes en style théâtre, soit une augmentation de 31 %. Le réaménagement et le remplacement de certains espaces de services devenus inutiles ont augmenté la superficie des salles d'atelier de 2 000 p² (7 %) et des espaces publics de 2 300 p² (24 %).

Le secteur 2000 est maintenant muni de 14 caméras de surveillance et d'équipements de contrôle pour assurer, lorsque le besoin se présente, un haut niveau de sécurité. Ce secteur est donc très flexible et permet d'accueillir un client qui souhaite un endroit isolé avec entrée indépendante, mais également un client désirant beaucoup d'espace.

En toute sécurité

Pour l'année financière 2005-2006, le service de sécurité du Centre a mis en place ou renforcé plusieurs systèmes ou moyens de protection visant à accroître la sécurité de la clientèle interne et externe, et ce, tout en assurant un haut niveau de sécurité au bâtiment.

Les efforts du service de sécurité ont été concentrés sur :

- Le maintien de la formation des agents à titre de premiers répondants et d'utilisateurs du défibrillateur semi-automatique et de l'Épipen
- Le suivi et la mise à jour du Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT) (matières sous forme solide, liquide ou gazeuse qui représentent des risques pour la santé des êtres vivants et l'environnement si elles ne sont pas contrôlées de façon adéquate)
- Le maintien de l'efficacité de l'équipe de mesures d'urgence par des exercices et rencontres
- La collaboration aux événements et leur soutien
- L'instauration de nouveaux formulaires et de méthodes de travail plus adaptées à la réalité des années 2000
- L'optimisation de la présence des agents lors d'événements
- La refonte des rondes de garde
- La formation continue dans les domaines suivants : communication tactique, technique d'intervention physique, nouveau système d'enregistrement vidéo numérique et équipements d'intervention

Durant l'année 2005-2006, les interventions du service de sécurité ont été marquées par une diminution totale de 4 %. Cette diminution s'est fait sentir principalement pour les faits divers et réclamations diverses.

L'augmentation des interventions préventions incendie s'explique par de nombreuses fausses alarmes provoquées par la rénovation du secteur 2000.

Le nombre élevé de demandes d'intervention des agents pour l'ouverture et la fermeture de débarcadère, et ce, hors des heures normales d'opération, ainsi que les demandes non prévues à l'horaire pour lesquelles aucun manutentionnaire n'avait été demandé expliquent en grande partie l'augmentation en 2005-2006.

Événements	2004/2005	2005/2006	%
Premiers soins	59	66	12
Prévention incendie	41	64	56
Prévention sécurité	245	265	8
Débarcadère niveau 1	173	192	11
Réclamations diverses	186	155	- 17
Vol/vandalisme	24	28	17
Divers	427	336	- 21
Total	1 155	1 106	- 4

10. CONTEXTE INSTITUTIONNEL

10.4.1 MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

L'impact positif de la présence du Centre des congrès de Québec s'est encore une fois manifesté de façon concrète en 2005-2006.

Grâce au Centre, la région s'est enrichie en 2005-2006 de 43,9 M$ en argent neuf pour un total de près de 500 M$ depuis son ouverture.

Mais au-delà de l'argent généré, il y a le nombre d'emplois créés et maintenus chaque année grâce à la présence du Centre. En 2005-2006, ce nombre s'élevait à plus de 1 300 emplois. En moyenne depuis son ouverture, ce sont 1 500 emplois qui ont été créés et maintenus annuellement.

Il faut prendre en considération le gain social important suscité par la présence du Centre. En effet, parmi les emplois créés, plus de 50 % sont occupés par des personnes de 35 ans et moins et sont des emplois non spécialisés.

Véritablement moteur économique, le Centre contribue depuis son ouverture de façon concrète à l'économie québécoise en injectant des millions de dollars et en consolidant des centaines d'emplois.

Le tableau ci-dessous illustre la contribution du Centre à l'économie régionale depuis son ouverture.

1er avril 1997 – 31 mars 2006	
Impact économique total	793,4 M$
Argent neuf	485,3 M$
Revenus fiscaux et parafiscaux	177,4 M$
Québec	107,4 M$
Canada	70,0 M$
Hébergement et restauration	194,4 M$
Nuitées	1 669 439
Emplois créés et maintenus	1 500/année

10.4.2 IMPLICATION RÉGIONALE

Afin de conserver son statut d'acteur incontournable du développement économique, culturel et touristique de la région de Québec, la Société a maintenu son implication régionale en 2005-2006.

Ainsi, le président et directeur général de la Société a continué son engagement au sein des organismes suivants :

Chambre de commerce de Québec

- membre du conseil d'administration
- membre du comité tourisme
- membre du comité exécutif
- président du bureau de section Centre

Office du tourisme de Québec (OTQ)

- membre du conseil d'administration
- membre du comité de suivi de la taxe sur l'hébergement

Société des parcs de sciences naturelles du Québec

- membre du conseil d'administration

Association des centres de congrès du Canada (CC of C)

- membre du bureau de direction

Forum des dirigeants et dirigeantes d'organismes gouvernementaux (FDDOG)

- membre du comité directeur

Groupe d'action sur les liaisons aériennes (GALA) (comité régional)

- membre fondateur

Réseau de veille en tourisme

- membre du comité d'orientation

Pôle Québec Chaudière-Appalaches

- membre du comité aviseur

Comité consultatif de l'Aéroport de Québec

- membre

Cercle des ambassadeurs

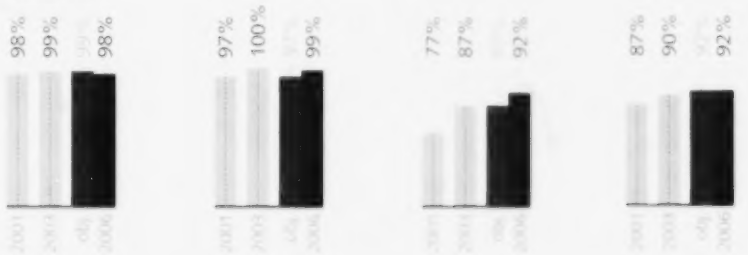
- membre du comité de direction

10.4.3 NOTORIÉTÉ DU CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC

Sondage perceptuel

Le rôle du Centre au sein de la région de Québec et dans la communauté qui l'accueille a toujours été au cœur des préoccupations de l'équipe de la Société. C'est pourquoi l'évaluation de la perception par les publics cibles des activités du Centre et de son rôle est indispensable pour orienter les stratégies et outils utilisés pour le faire connaître.

Notoriété



En 2005-2006, la Société a mandaté la firme Léger Marketing pour évaluer l'impact des actions du plan de communication dans le cadre de son troisième sondage perceptuel.

Il importe de mentionner que, d'après les résultats du sondage, le Centre est vu comme un centre de calibre international. Les activités organisées depuis le dernier sondage en 2003 et la nomination du Centre comme l'un des trois meilleurs centres des congrès au monde ont permis de faire connaître le savoir-faire du Centre et, ainsi, de le positionner comme une organisation internationale de tourisme d'affaires.

De façon générale, les stratégies et outils communicationnels sont bien adaptés et l'information diffusée est juste et appréciée du public. Cependant, il semble nécessaire de revoir certaines stratégies utilisées pour faire connaître l'implication régionale et les retombées économiques du Centre dans la région de Québec. Des stratégies seront donc repensées et adaptées en 2006 à l'occasion du 10e anniversaire du Centre.

Activités de relations publiques

Comme chaque année, la Société a organisé des activités visant à se positionner auprès de ses clientèles et de ses partenaires socioéconomiques et touristiques.

Ainsi, la Société a réalisé en 2005-2006 les activités de relations publiques suivantes :

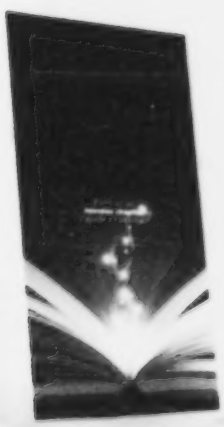
- Activité pour l'ouverture du *8e Salon international du livre de Québec*
- Présentation des retombées économiques 2004-2005 aux partenaires socioéconomiques
- Inauguration du Café Internet Vidéotron
- *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès*

Outils de communication

La Société a déployé de nombreux efforts pour développer des outils de communication qui correspondent à l'image de marque du Centre et qui permettent de faire connaître de manière positive le Centre et ses activités.

En 2005-2006, la Société a conçu :

- Des outils promotionnels pour la tenue du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès*
- Les fiches descriptives *Produits et services+*
- Un nouveau dépliant des plans de salles et leur capacité
- Une fiche technique de la modernisation du secteur 2000
- Diverses invitations dont une pour le cocktail d'ouverture du *8e Salon international du livre de Québec* ainsi qu'une invitation spéciale pour un événement soulignant la fidélité des clients durant les 10 années d'existence du Centre
- Un feuillet promotionnel « services clés en main »
- La mise à jour du site Internet et du dépliant *Centre en un clin d'œil*

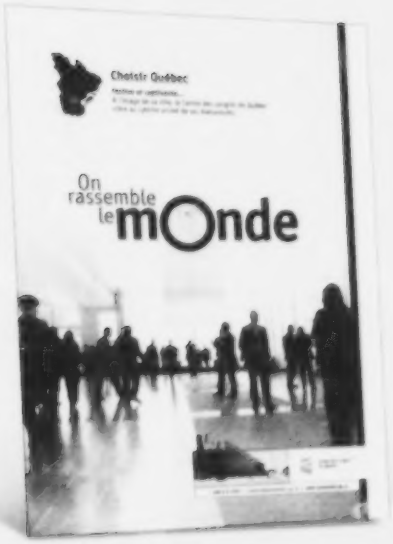


Placements publicitaires institutionnels

En 2005-2006, la Société a procédé à l'achat de placements médias qui exploitaient les thèmes suivants :

- Un partenariat gagnant pour la région
- Le mot d'ordre, sécurité
- La belle capitale
- Le lieu le mieux gardé au monde
- On rassemble le monde
- Where people meet
- Un acteur reconnu sur la scène internationale

Ces 12 placements publicitaires ont été réalisés pour un peu moins de 18 000 $. Cette diminution considérable des placements publicitaires s'explique par une révision complète des choix en fonction des compressions budgétaires.



Commandites

Afin de s'impliquer dans son milieu, de favoriser l'émergence de nouveaux événements, de soutenir des événements existants et de contribuer au développement et maintien d'organisations de sa communauté, la Société contribue au financement de quelque 20 organismes et fondations de la région.

Au 31 mars 2006, la Société avait octroyé des commandites en biens et services pour les événements suivants :

- *Gala des Fidéides* pour la remise du Prix Événement d'affaires
- Le congrès annuel de l'Association des professionnels en exposition du Québec (APEQ)
- Gala Méritas du Collège Mérici
- Grand prix de la relève touristique
- Conseil Souverain de la Nouvelle-France
- Le Grand workout du cœur de la Fondation des maladies du cœur du Québec
- Comité de sauvegarde de l'église patrimoniale Saint-Jean-Baptiste

La Société commandite aussi un certain nombre d'activités internes afin d'engager et de motiver l'équipe du Centre.

10.4.5 RELATIONS MÉDIAS

Les actions médias pour l'année 2005-2006 étaient les suivantes :

- Journée spéciale pour la présentation des retombées économiques du Centre dans la région de Québec incluant l'envoi de deux communiqués de presse
- Une conférence de presse ainsi que l'envoi d'un communiqué de presse pour souligner le partenariat d'affaires entre la Société et Vidéotron ltée
- Envoi de communiqués de presse tels que :
  - Le Centre des congrès de Québec fait vivre l'expérience de la bio-vaisselle à sa clientèle
  - Le Centre des congrès de Québec, un lieu de rencontre de calibre international
- Envoi du bulletin d'information mensuel *Centre en bref*
- Près d'une dizaine d'entrevues accordées dans les médias électroniques et écrits
- Parution d'un reportage publicitaire dans le cahier *Congrès et tourisme d'affaires* dans *Le Soleil* sous le thème *Une force régionale internationale*
- Plus de 20 articles sur la tenue des Jeux mondiaux policiers et pompiers
- Une couverture médiatique importante dans la presse internationale spécialisée pour la tenue du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès* dont la valeur peut être comparable à 114 000 $ canadiens si l'on calcule 3 500 euros la page de publicité dans les publications spécialisées
- Une accroche par courriel auprès de la presse spécialisée pour annoncer la fin prochaine des travaux du secteur 2000

Pour l'année 2005-2006, la couverture médiatique du Centre a été particulièrement positive. Les outils tels que le *Centre en bref* ont permis de diffuser des informations exactes sur le Centre et ses activités. On peut évaluer à 150 000 $ les retombées médiatiques pour 2005-2006 si l'on inclut celles de la presse spécialisée lors du *Congrès 2005 de l'Association internationale des palais de congrès*.

En 2005-2006, les organismes gouvernementaux ainsi que les sociétés d'État dont la Société du Centre des congrès de Québec ont été mis sous la loupe lors de l'examen par le groupe de travail des organismes gouvernementaux 2005-2006. L'espace médiatique a donc été occupé par ce dossier en 2005-2006.

CONTEXTE FINANCIER

10.5.1 UNE CULTURE AXÉE SUR L'OPTIMISATION

Les compressions budgétaires de 2004-2005 ont poussé la Société à réfléchir sur le fonctionnement du Centre pour en assurer la croissance et la rentabilité. Un plan d'optimisation a donc été mis sur pied pour être cohérents et conséquents entre l'objectif, la planification, l'action et le résultat. Tout au long de l'année, les efforts ont porté sur les méthodes, les procédés et les sources de revenus.

Un comité d'optimisation a été formé et fait partie de la philosophie de saine gestion de la Société et se poursuivra de façon continue au cours des années futures.

Cette année l'optimisation aura permis :

- D'augmenter la marge brute de 72,8 % à 73,5 %
- De diminuer les frais d'opération et d'administration d'environ 120 000 $
- D'augmenter les revenus avec le lancement des *Produits et services+*

L'optimisation est un travail de longue haleine et constitue un chantier important pour 2006-2007. Dans ce contexte, une revue complète du processus vente sera effectuée ainsi qu'une analyse complète de certains postes et l'amélioration de la marge brute.

10.5.2 HARMONISATION DES ÉTATS FINANCIERS

L'harmonisation des états financiers avec le Palais des congrès de Montréal a été en grande partie effectuée l'an dernier pour les états financiers 2004-2005, principalement sur le plan de la présentation du revenu de subvention aux résultats, des notes aux états financiers et de la présentation du flux de trésorerie.

FAITS SAILLANTS FINANCIERS

Les résultats pour l'exercice 2005-2006 affichent un excédent annuel des produits sur les charges de 826 044 $ dégageant ainsi un excédent cumulatif de fonctionnement non affecté de 792 854 $ au 31 mars 2006.

À compter du présent exercice, la Société constate entièrement aux résultats la partie de la subvention de fonctionnement utilisée pour l'acquisition d'immobilisations amortissables qui était inscrite au poste Apports reportés et virée aux résultats au même rythme que l'amortissement des immobilisations acquises à même cette subvention. Cette modification appliquée de façon rétroactive a pour effet de diminuer le solde des apports reportés et d'augmenter celui de l'excédent cumulatif de 583 958 $ au 31 mars 2006.

Le budget prévoyait un déficit annuel de 397 503 $. Les objectifs financiers ont donc été largement dépassés en raison des revenus d'événements plus élevés que prévu, une bonne marge brute, une diminution, report ou optimisation des frais d'opération et d'administration et une diminution des frais financiers nets. Cette bonne performance permet à la Société de créer une réserve pour entretien majeur de 600 000 $ afin de faire face aux besoins importants futurs reliés au maintien de la bâtisse.

L'année 2005-2006 se termine avec des revenus d'événements de 5 M$, soit 112 % de l'objectif de 4,5 M$. Cet écart favorable avec le budget s'explique principalement par la très bonne performance du marché à court terme et non prévisible des réunions avec 15 événements de plus que prévu et 9 petits événements commerciaux inférieurs à 1 000 $ (conférences de presse, réunions gouvernementales, etc.).

En ce qui concerne les congrès, l'écart favorable avec le budget s'explique principalement par les revenus exceptionnels en redevances alimentaires pour *Telus 2006 Sales Conference* et *Cariosix*. Les redevances alimentaires pour les congrès québécois ont aussi été très bonnes.

RÉPARTITION DE LA SUBVENTION DE 2005-06 DE 14,78 M$

Service de la dette et taxes foncières

Dépenses incompressibles non sous contrôle de la Société (service de la dette : 6,49 M$, taxes foncières : 3,64 M$)

Exploitation du Centre des congrès

Partie disponible à l'exploitation du Centre des congrès de Québec sous contrôle de la Société (4,65 M$)

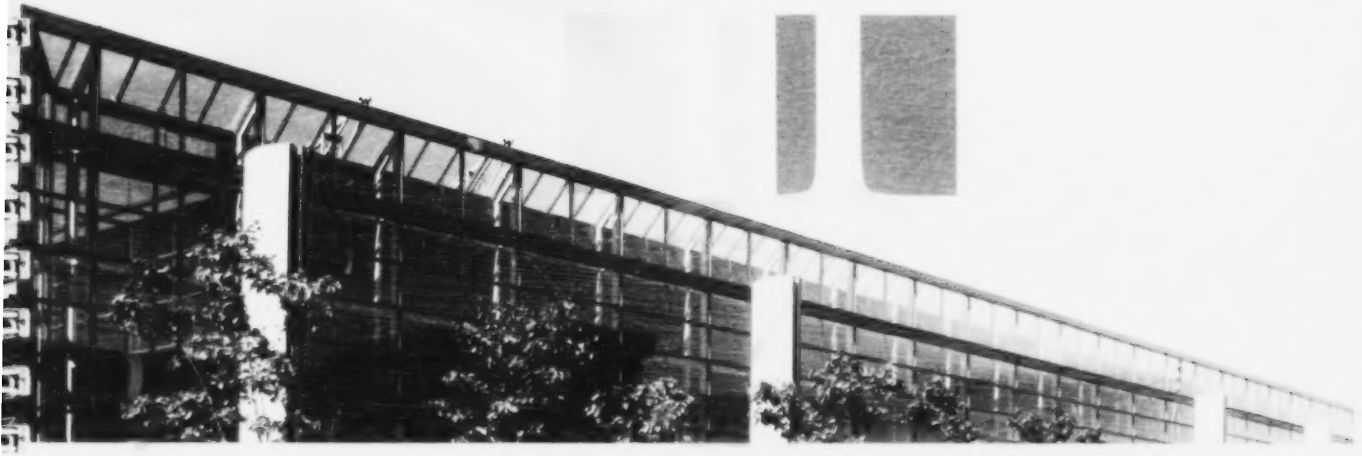
10.4.5 RELATIONS MÉDIAS

CONTEXTE FINANCIER

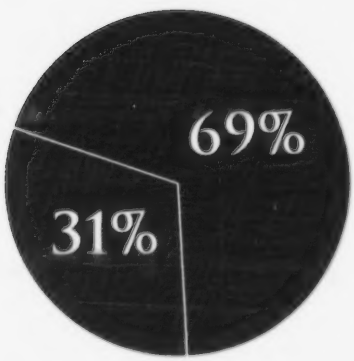
10.5.1 UNE CULTURE AXÉE SUR L'OPTIMISATION

10.5.2 HARMONISATION DES ÉTATS FINANCIERS

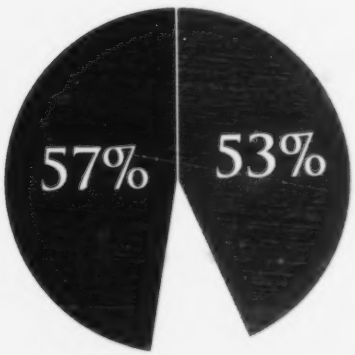
FAITS SAILLANTS FINANCIERS



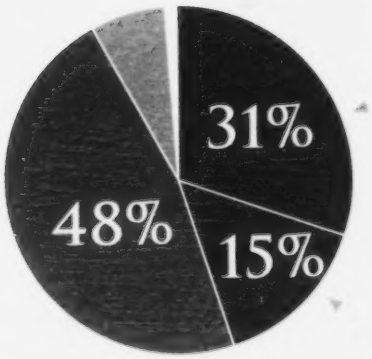
RÉPARTITION DE
LA SUBVENTION
DE 2005-06 DE 14,78 M$



FINANCEMENT DES OPÉRATIONS DU CENTRE DE 8,85 M$



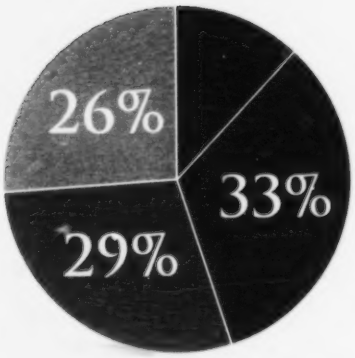
RÉPARTITION DES DÉPENSES D'EXPLOITATION DU CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC DE 8,85 M$



RÉPARTITION DE LA MASSE SALARIALE

Direction générale et administration

Exploitation de l'immeuble et soutien aux événements



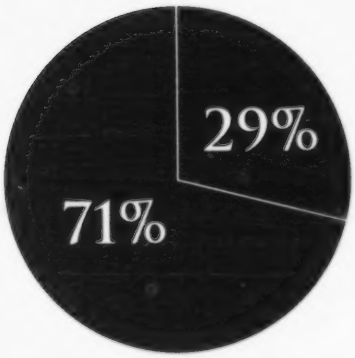
Service à la clientèle

Ventes, promotion et communication

62 % de la masse salariale est affectée aux services à la clientèle et aux ventes

REVENUS AUTOGÉNÉRÉS DE 5,03 M$

Revenus provenant des ventes effectuées par des partenaires privés (1,44 M$)



Revenus provenant des ventes effectuées par la Société (3,59 M$)

RÉPARTITION DES REVENUS AUTOGÉNÉRÉS

Services auxiliaires

Location de salles

Redevances

FINANCEMENT DES OPÉRATIONS DU CENTRE DE 8,85 M$

Revenus autogénérés (5,03 M$)

Subvention du gouvernement du Québec (4,65 M$)

Excédent (-0,83 M$)

Pour ce qui est des spectacles/banquets, on note aussi des redevances alimentaires importantes pour les *Soirées de Noël* et le *Gala 25e anniversaire Valéro d'Ultramar.*

La marge brute atteint 73,5 %, alors que l'objectif était de 73,2 %. On constate une bonne amélioration par rapport à 2004-2005 qui affichait une marge brute de 72,8 %. Les travaux d'optimisation commencent à porter leurs fruits.

Sur le plan des frais d'opération et d'administration, l'optimisation a permis de dégager environ 120 000 $ par rapport au budget, principalement dans les activités de promotion et de communication.

En plus du 120 000 $ d'écart favorable relié à l'optimisation, il faut considérer un 100 000 $ de dépenses engagées en 2005-2006 et non livrées au 31 mars 2006 qui devront être reportées en 2006-2007.

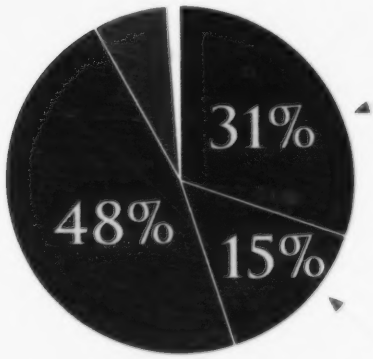
La Société dégage également un écart favorable d'environ 50 000 $ avec le budget relié à la non-disponibilité du secteur 2000 pendant les travaux de rénovation de celui-ci, principalement pour l'entretien ménager, le gardiennage et l'énergie et chauffage.

RÉPARTITION DES DÉPENSES D'EXPLOITATION DU CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC DE 8,85 M$

Frais de ventes, de promotion et de communication (0,60 M$)

Frais d'administration (-0,03 M$)

Frais d'opération (2,73 M$)



Dont 1,05 M$ des frais d'opération sont versés aux sous-traitants (38 %)

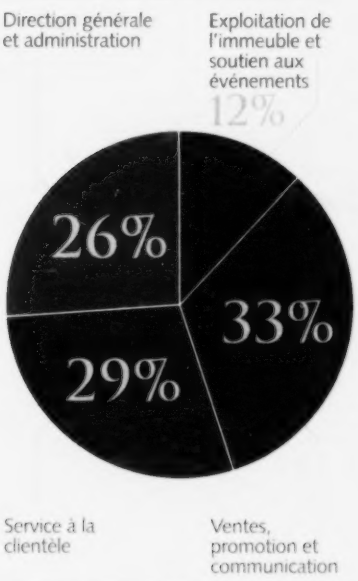
2,3 M$ sont versés aux sous-traitants (57 % des 4,06 M$)

Dont 1,25 M$ des frais d'événements sont versés aux sous-traitants (94 %)

Traitements et avantages sociaux (4,22 M$)

Frais d'événements (1,33 M$)

4 RÉPARTITION DE LA MASSE SALARIALE

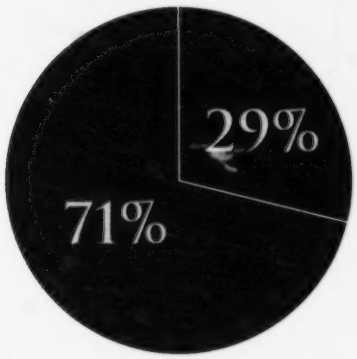


62% de la masse salariale est affectée aux services à la clientèle et aux ventes

De plus, pour faire face à ses obligations pour l'année 2007-2008 avec le même niveau de subvention, la Société devait immédiatement prendre des mesures pour dégager des sommes additionnelles au cours du présent exercice financier. Pour y arriver, les postes de dépenses ont été analysés pour ne procéder qu'à l'essentiel. En plus des montants dégagés dans les salaires à la suite des départs volontaires et dans les frais financiers nets, des compressions effectuées à certains endroits ont permis de dégager 416 000 $.

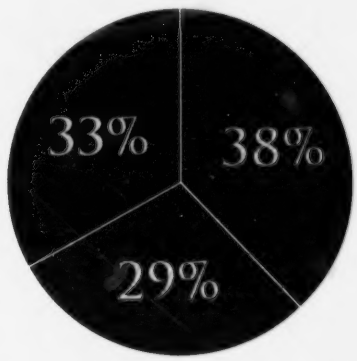
En ce qui concerne le plan d'immobilisations, 2005-2006 a été marquée par les travaux de rénovation de l'ancien Centre municipal des congrès (le secteur 2000). Au 31 mars 2006, les travaux s'élèvent à 15,6 M$ et totaliseront 16,7 M$ avec l'achèvement des travaux d'amélioration du hall d'entrée situé sur l'avenue Honoré-Mercier. La Société est fière d'avoir réalisé ces travaux avec une économie de 500 000 $ par rapport au budget, tout en respectant l'échéancier très serré.

5 REVENUS AUTOGÉNÉRÉS DE 5,03 M$



Revenus provenant des ventes effectuées par la Société (3,59 M$)

6 RÉPARTITION DES REVENUS AUTOGÉNÉRÉS



Redevances

RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers de la Société du Centre des congrès de Québec ont été dressés par la direction qui est responsable de leur préparation et de leur présentation, y compris les estimations et les jugements importants. Cette responsabilité comprend le choix de conventions comptables appropriées et qui respectent les principes comptables généralement reconnus du Canada. Les renseignements financiers contenus dans le rapport annuel de gestion concordent avec l'information donnée dans les états financiers.

Pour s'acquitter de ses responsabilités, la direction maintient un système de contrôles comptables internes, conçu en vue de fournir l'assurance raisonnable que les biens sont protégés et que les opérations sont comptabilisées correctement et en temps voulu, qu'elles sont dûment approuvées et qu'elles permettent de produire des états financiers fiables.

La Société du Centre des congrès de Québec reconnaît qu'elle est responsable de gérer ses affaires conformément aux lois et règlements qui la régissent.

Le conseil d'administration surveille la façon dont la direction s'acquitte des responsabilités qui lui incombent en matière d'information financière et il approuve les états financiers. Il est assisté dans ses responsabilités par le comité de vérification dont les membres ne font pas partie de la direction. Ce comité rencontre la direction et le Vérificateur général du Québec, examine les états financiers et en recommande l'approbation au conseil d'administration.

Le Vérificateur général du Québec a procédé à la vérification des états financiers de la Société du Centre des congrès de Québec, conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada et son rapport du vérificateur expose la nature et l'étendue de cette vérification et l'expression de son opinion. Le vérificateur général peut, sans aucune restriction, rencontrer le comité de vérification pour discuter de tout élément qui concerne sa vérification.

Michel Bureau
Directeur de l'administration

Claude Pinault
Président et directeur général

Québec, le 16 juin 2006

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

À l'Assemblée nationale

J'ai vérifié le bilan de la Société du Centre des congrès de Québec au 31 mars 2006 ainsi que les états des résultats, de l'excédent et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2006, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la Loi sur le Vérificateur général (L.R.Q., chapitre V-5.01), je déclare qu'à mon avis, compte tenu de l'application rétroactive du changement apporté à la comptabilisation de la subvention de fonctionnement et expliqué à la note 3, ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Le vérificateur général du Québec,

Renaud Lachance, CA

Québec, le 16 juin 2006

RÉSULTATS

de l'exercice terminé le 31 mars 2006

	2006 $	2005 $ *(note 3)*
Produits		
Location d'espaces - événements	1 945 066	1 973 964
Redevances *(note 4)*	1 440 898	1 712 776
Services auxiliaires *(note 5)*	1 647 184	1 599 701
Autres	270 345	254 190
	5 303 493	5 540 631
Charges		
Frais d'événements *(note 6)*	1 331 472	1 436 357
Frais d'opération et d'administration *(note 7)*	7 822 172	8 309 005
Taxes	3 641 695	3 442 829
Frais financiers - net *(note 8)*	2 619 341	2 818 622
	15 414 680	16 006 813
Déficit des produits sur les charges avant subvention de fonctionnement et autres éléments :	(10 111 187)	(10 466 182)
Subvention de fonctionnement du gouvernement du Québec *(note 9)*	10 974 483	10 057 159
Excédent (Déficit) des produits sur les charges avant les éléments suivants :	863 296	(409 023)
Gain sur cessions d'immobilisations corporelles	11 270	1 625
Subvention du gouvernement du Québec relative aux immobilisations et aux frais reportés *(note 9)*	1 989 524	2 008 347
Amortissement des immobilisations corporelles	(2 973 122)	(2 930 242)
Amortissement des actifs incorporels	(117 946)	(118 563)
Amortissement des apports reportés *(note 15)*	1 112 376	1 027 730
Amortissement des frais reportés	(59 354)	(59 354)
Excédent (Déficit) des produits sur les charges	826 044	(479 480)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

EXCÉDENT

de l'exercice terminé le 31 mars 2006

	2006 $	2005 $ *(note 3)*
Solde au début		
Solde déjà établi	518 288	931 687
Redressement		
Constatation aux résultats de la subvention de fonctionnement utilisée pour l'acquisition d'immobilisations	632 480	698 561
Solde redressé	1 150 768	1 630 248
Excédent (Déficit) des produits sur les charges	826 044	(479 480)
Solde à la fin	1 976 812	1 150 768
Excédent investi en immobilisations	583 958	632 480
Excédent réservé pour entretien majeur	600 000	-
Excédent non affecté	792 854	518 288
	1 976 812	1 150 768

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers

BILAN

au 31 mars 2006

	2006 $	2005 $ *(note 3)*
Actif		
À court terme		
Encaisse	858 019	4 420 742
Dépôt à terme au taux de 3,45 %	1 000 000	500 000
Débiteurs	2 750 525	541 254
Frais payés d'avance	980 927	958 997
	5 589 471	6 420 993
Immobilisations corporelles *(note 10)*	98 458 816	85 767 955
Actifs incorporels *(note 11)*	263 902	381 848
Frais reportés, au coût amorti	74 215	133 569
	104 386 404	**92 704 365**
Passif		
À court terme		
Créditeurs et frais courus *(note 13)*	20 178 849	2 914 256
Dépôts de clients	867 260	779 834
Produits reportés	147 390	158 905
Subvention reportée du gouvernement du Québec *(note 14)*	-	3 465 979
Versements sur la dette à long terme *(note 16)*	3 896 786	3 723 125
	25 090 285	11 042 099
Subvention reportée du gouvernement du Québec *(note 14)*	7 580 818	5 763 847
Apports reportés *(note 15)*	23 975 591	25 087 967
Dette à long terme *(note 16)*	44 230 648	48 127 434
	100 877 342	90 021 347
Avoir de la société		
Surplus d'apport *(note 18)*	1 532 250	1 532 250
Excédent investi en immobilisations	583 958	632 480
Excédent réservé pour entretien majeur	600 000	-
Excédent non affecté	792 854	518 288
	3 509 062	2 683 018
	104 386 404	**92 704 365**

Engagements *(note 21)*

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil d'administration,

Claude Pinault,
président du conseil d'administration et directeur général

Paule-Anne Morin,
Adm.A., CMC, administratrice

FLUX DE TRÉSORERIE

de l'exercice terminé le 31 mars 2006

	2006 $	2005 $
Activités d'exploitation		
Rentrée de fonds – clients	3 170 399	5 799 750
Rentrée de fonds – subvention du gouvernement du Québec	11 314 999	17 165 895
Sortie de fonds – fournisseurs et membres du personnel	(10 748 080)	(13 254 255)
Intérêts reçus	83 500	80 789
Intérêts versés	(2 785 527)	(2 970 143)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	1 035 291	6 822 036
Activités d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(386 159)	(1 394 258)
Produit de cessions d'immobilisations corporelles	11 270	1 625
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(374 889)	(1 392 633)
Activités de financement		
Remboursement de la dette à long terme	(3 723 125)	(3 558 583)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	(3 723 125)	(3 558 583)
(Diminution) Augmentation de la trésorerie et équivalents de trésorerie	**(3 062 723)**	**1 870 820**
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début	**4 920 742**	**3 049 922**
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la fin [1]	**1 858 019**	**4 920 742**

[1] La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent les montants suivants comptabilisés au bilan :

Encaisse	858 019	4 420 742
Dépôt à terme	1 000 000	500 000
	1 858 019	4 920 742

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 mars 2006

1. CONSTITUTION ET OBJETS

La Société du Centre des congrès de Québec, personne morale au sens du Code civil, a été instituée le 1er juillet 1993 par une loi spéciale (L.R.Q. S-14.001). Elle a pour objets :

- d'administrer et d'exploiter le Centre des congrès de Québec ;
- d'élaborer des projets de développement ou d'exploitation du Centre des congrès ;
- d'exercer des commerces et autres activités de nature à contribuer au développement du Centre des congrès et d'en assurer l'exploitation, la promotion et l'administration.

En vertu de l'article 3 de sa loi constitutive, la Société est mandataire de l'État et par conséquent, n'est pas assujettie aux impôts sur le revenu au Québec et au Canada.

2. CONVENTIONS COMPTABLES

La préparation des états financiers de la Société, conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada, exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses. Ces dernières ont une incidence à l'égard de la comptabilisation des actifs et passifs, de la présentation des actifs et passifs éventuels à la date des états financiers ainsi que la comptabilisation des produits et des charges au cours de la période visée par les états financiers. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

Dépôts à terme

Les dépôts à terme sont comptabilisés selon la méthode de la moindre valeur (coût ou valeur de réalisation nette).

Immobilisations corporelles

Le terrain et la bâtisse, acquis pour une valeur symbolique de 1 $ le 1er janvier 1994, ont été comptabilisés à la valeur de l'évaluation municipale à cette date. Les autres immobilisations sont comptabilisées au coût.

Les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement linéaire, en fonction de leur durée de vie utile prévue comme suit :

Bâtisses	40 ans
Mobilier et équipement	3 et 5 ans

Actifs incorporels

Les actifs incorporels, composés de logiciels, sont comptabilisés au coût et amortis selon la méthode de l'amortissement linéaire sur leur durée de vie utile prévue, soit 5 ans.

Frais reportés

Les frais d'émission et de gestion de la dette à long terme sont reportés et amortis selon la méthode de l'amortissement linéaire sur la durée de l'emprunt.

Subvention reportée du gouvernement du Québec

Le gouvernement s'est engagé à verser à la Société les sommes nécessaires pour qu'elle soit en mesure de s'acquitter de ses obligations sur ses emprunts du Fonds de financement servant à financer l'acquisition d'immobilisations et les frais d'émission et de gestion de ces emprunts, après s'être assuré que la Société n'est pas en mesure de le faire.

La subvention reportée du gouvernement du Québec correspond à l'écart entre, d'une part la somme des charges d'intérêts encourues sur les emprunts afférents à l'acquisition d'immobilisations et de l'amortissement cumulé sur ces immobilisations et sur les frais reportés financés par ces emprunts et, d'autre part, la somme des subventions du gouvernement du Québec reçues pour permettre les versements sur ces emprunts.

Apports reportés

Les apports reçus pour l'acquisition d'immobilisations amortissables et ceux reçus sous forme d'immobilisations amortissables sont reportés et virés aux résultats selon la même méthode et les mêmes durées de vies utiles prévues que les immobilisations auxquelles ils se rapportent.

Conversion des devises

Les éléments d'actif et de passif monétaires libellés en devises sont convertis au taux de change en vigueur à la date du bilan. Les produits et les charges sont pour leur part convertis au taux de change en vigueur à la date de l'opération. Les gains ou pertes de change sont inclus dans les résultats de l'exercice.

Constatations des produits

Les produits provenant de la location d'espaces et de la prestation de services auxiliaires sont constatés au fur et à mesure que les services sont rendus. Toute différence entre le montant perçu et le montant constaté à titre de produits est inscrite au bilan à titre de dépôts des clients ou de débiteurs. Les redevances sont constatées à mesure que celles-ci deviennent gagnées en vertu des conditions contractuelles.

Constatations des subventions

La Société applique la méthode du report pour comptabiliser les subventions. Les subventions affectées sont constatées à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les subventions de fonctionnement sont constatées à titre de produit de l'exercice pour lequel elles ont été octroyées. La subvention relative aux immobilisations et aux frais reportés représente la contribution du gouvernement pour le remboursement de la dette à long terme relative au financement d'immobilisations amortissables et des frais reportés afférents, laquelle correspond à l'amortissement de ces immobilisations et frais d'émission et de gestion de la dette à long terme reportés.

Régimes de retraite

La comptabilité des régimes à cotisations déterminées est appliquée aux régimes interentreprises à prestations déterminées gouvernementaux compte tenu que la Société ne dispose pas de suffisamment d'informations pour appliquer la comptabilité des régimes à prestations déterminées.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique de la Société consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie les soldes bancaires, les emprunts temporaires et les placements temporaires facilement convertibles à court terme, en un montant connu de trésorerie dont la valeur ne risque pas de changer de façon significative.

3. MODIFICATION DE CONVENTION COMPTABLE

À compter du présent exercice, la Société constate entièrement aux résultats la subvention de fonctionnement. Auparavant, la partie de cette subvention utilisée pour l'acquisition d'immobilisations amortissables était inscrite au poste Apports reportés et virée aux résultats de l'exercice au même rythme que l'amortissement des immobilisations acquises à même cette subvention. Cette modification appliquée de façon rétroactive a pour effet d'augmenter (diminuer) les postes suivants des états financiers :

	2006	2005
Résultats	$	$
Amortissement des apports reportés	(48 522)	(66 081)
Excédent des produits sur les charges	(48 522)	(66 081)
Bilan		
Passif		
Apports reportés	(583 958)	(632 480)
Avoir de la Société		
Excédent	583 958	632 480

4. REDEVANCES

	2006	2005
	$	$
Services alimentaires	1 160 759	1 388 297
Services audiovisuels	264 953	304 949
Autres	15 186	19 530
	1 440 898	1 712 776

5. SERVICES AUXILIAIRES

	2006	2005
	$	$
Aménagement et ameublement	707 268	739 235
Électricité, plomberie	379 397	393 982
Télécommunications	269 639	210 699
Audiovisuel, sonorisation et éclairage	97 263	79 987
Accueil, billetterie et vestiaire	92 913	76 856
Sécurité	36 456	36 297
Entretien ménager	15 218	18 933
Autres	49 030	43 712
	1 647 184	1 599 701

6. FRAIS D'ÉVÉNEMENTS

	2006	2005
	$	$
Aménagement et ameublement	684 401	756 728
Électricité, plomberie	140 884	149 431
Télécommunications	17 432	18 947
Audiovisuel, sonorisation et éclairage	15 025	10 337
Accueil, billetterie et vestiaire	195 997	210 752
Sécurité	102 004	112 963
Entretien ménager	129 297	126 226
Autres	46 432	50 973
	1 331 472	1 436 357

7. FRAIS D'OPÉRATION ET D'ADMINISTRATION

	2006	2005
	$	$
Traitements et avantages sociaux	4 217 600	4 130 515
Assurances et permis	142 152	148 048
Énergie et chauffage	710 864	761 928
Gardiennage	338 181	339 193
Service d'entretien ménager	189 380	222 773
Service d'entretien spécialisé	613 320	709 212
Entretien et réparations	664 385	855 987
Promotion et communications	600 418	751 595
Services professionnels et administratifs	233 870	280 525
Formation professionnelle	40 666	99 865
Créances douteuses et irrécouvrables	71 336	9 364
	7 822 172	8 309 005

8. FRAIS FINANCIERS – NET

	2006	2005
	$	$
Intérêts sur la dette à long terme	2 685 943	2 874 825
Perte (gain) de change	4 594	(2 210)
Autres intérêts et frais bancaires	12 570	12 321
	2 703 107	2 884 936
Intérêts sur les soldes bancaires et les dépôts à terme	(83 766)	(66 314)
	2 619 341	2 818 622

9. SUBVENTION DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

	2006	2005
Subvention de fonctionnement :	$	$
Subvention reçue pour l'exercice	14 740 000	13 700 000
Encaissement - Subvention relative au service de la dette	(6 491 488)	(6 518 615)
	8 248 512	7 181 385
- Virement du montant de la subvention reçue pour les congés de maladie et les vacances	40 978	
- Contribution pour les intérêts sur la dette à long terme et sur les emprunts temporaires relatifs au financement d'immobilisations	2 684 993	2 875 774
Total de la subvention de fonctionnement	10 974 483	10 057 159
Subvention relative aux immobilisations et aux frais reportés :	1 989 524	2 008 347
	12 964 007	**12 065 506**

10. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	2006			2005
	Coût	Amortissement cumulé	Net	Net
	$	$	$	$
Terrains	5 618 150	-	5 618 150	5 618 150
Bâtisses	116 839 154	25 027 047	91 812 107	78 763 434
Mobilier et équipement	1 980 446	951 887	1 028 559	1 386 371
	124 437 750	**25 978 934**	**98 458 816**	**85 767 955**

11. ACTIFS INCORPORELS

	2006			2005
	Coût	Amortissement cumulé	Net	Net
	$	$	$	$
Logiciels	595 902	332 000	263 902	381 848

12. EMPRUNTS TEMPORAIRES

La Société est autorisée, en vertu d'un régime d'emprunts à court terme, à contracter des emprunts temporaires jusqu'à concurrence d'un montant total en cours de 4 000 000 $ jusqu'au 30 juin 2008. Aux 31 mars 2005 et 2006, la Société n'avait pas d'emprunts temporaires.

Aux fins d'assurer le remboursement en capital et intérêt des emprunts contractés auprès du ministre des Finances, en vertu de ce régime d'emprunts, le gouvernement du Québec s'est engagé à verser à la Société les sommes requises pour suppléer à l'inexécution de ses obligations dans la situation où celle-ci ne serait pas en mesure de les rencontrer pour l'un ou l'autre de ces emprunts.

13. CRÉDITEURS ET FRAIS COURUS

	2006	2005
	$	$
Opérations courantes	2 415 667	2 588 331
Immobilisations - Entité sous contrôle commun	15 576 317	-
Immobilisations - Autres	4 736	303 229
TPS/TVQ - immobilisations	2 182 129	22 696
	20 178 849	2 914 256

14. SUBVENTION REPORTÉE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

La subvention reportée s'établit comme suit :	2006	2005
	$	$
Solde au début	9 229 826	4 863 318
Amortissement des immobilisations corporelles, des actifs incorporels et des frais reportés financés à long terme	(1 989 524)	(2 008 347)
Intérêts encourus sur les emprunts	(2 684 993)	(2 875 774)
	4 555 309	(20 803)
Subventions gouvernementales reçues	3 025 509	9 250 629
Solde à la fin	7 580 818	9 229 826
Ce solde se rapporte aux éléments suivants du bilan :		
Emprunts du Fonds de financement *(note 16)*	(48 127 434)	(51 850 559)
Coût non amorti des immobilisations corporelles, des actifs incorporels et des frais reportés financés à long terme	56 834 198	58 863 751
	8 706 764	7 013 192
Intérêts courus sur les emprunts	(1 125 946)	(1 208 366)
Subvention reçue d'avance	-	3 425 000
	7 580 818	9 229 826

15. APPORTS REPORTÉS

	2006 $	2005 $ (note 3)
Apport du gouvernement du Québec reporté :		
Solde au début	1 564 491	1 102 740
Contribution aux acquisitions d'immobilisations	-	733 882
	1 564 491	1 836 622
Virement aux résultats d'un montant équivalent à l'amortissement des immobilisations s'y rapportant [1]	(356 777)	(272 131)
	1 207 714	1 564 491
Apport de la Ville de Québec reporté [2] :		
Solde au début	2 317 226	2 397 825
Virement aux résultats d'un montant équivalent à l'amortissement de la bâtisse [1]	(80 599)	(80 599)
	2 236 627	2 317 226
Apport du gouvernement du Canada reporté :		
Solde au début	21 206 250	21 881 250
Virement aux résultats d'un montant équivalent à l'amortissement de la bâtisse [1]	(675 000)	(675 000)
	20 531 250	21 206 250
	23 975 591	**25 087 967**

[1] *L'amortissement des apports reportés de l'exercice totalise 1 112 376 $ (31 mars 2005: 1 027 730 $).*

[2] *Représente la cession par la Ville de Québec le 1er janvier 1994 d'une bâtisse pour une valeur symbolique de 1$ comptabilisé à la valeur de l'évaluation municipale à cette date.*

16. DETTE À LONG TERME

Auprès du Fonds de financement du gouvernement du Québec	2006 $	2005 $
Billets à payer		
Taux fixe de 5,468 % l'an (taux effectif de 5,543 %), remboursable par versements semestriels de 2 873 946 $, échéant le 26 avril 2007 [1]	45 458 908	48 592 039
Taux fixe de 5,385 % l'an (taux effectif de 5,457 %), remboursable par versements semestriels, échéant le 1er octobre 2012 [1]	1 915 362	2 074 976
Taux fixe de 4,306 % l'an (taux effectif de 4,376 %), remboursable par versements trimestriels, échéant le 1er octobre 2007 [1]	753 164	1 183 544
	48 127 434	51 850 559
Versements échéant en deçà d'un an	(3 896 786)	(3 723 125)
	44 230 648	**48 127 434**

Le montant des versements en capital à effectuer sur la dette à long terme au cours des cinq prochains exercices se détaillent comme suit :

2007 ..... 3 896 786 $
2008 ..... 42 634 513 $
2009 ..... 159 614 $
2010 ..... 159 614 $
2011 ..... 159 614 $

[1] *Aux fins d'assurer le remboursement en capital et intérêt des emprunts contractés en vertu du régime d'emprunts instaurés par la Société, le gouvernement du Québec s'est engagé à verser à la Société les sommes requises pour suppléer à l'inexécution de ses obligations dans la situation où celle-ci ne serait pas en mesure de les rencontrer pour l'un ou l'autre de ces emprunts.*

17. INSTRUMENTS FINANCIERS

Juste valeur

Les méthodes et les hypothèses suivantes ont été utilisées pour estimer la juste valeur des instruments financiers du bilan :

La valeur comptable des actifs et des passifs à court terme représente une estimation raisonnable de leur juste valeur, en raison de leur échéance rapprochée.

La juste valeur de la subvention reportée du gouvernement du Québec de 7 580 818 $ ne peut être évaluée compte tenu de l'absence de marché pour ce type d'instrument financier.

La juste valeur des éléments de la dette à long terme est déterminée au moyen de la valeur actualisée des flux de trésorerie futurs en vertu des accords de financement actuels, selon des taux d'intérêts offerts sur le marché à la Société pour des emprunts comportant des conditions et des échéances semblables. Cette juste valeur est la suivante :

	2006		2005	
	Valeur comptable $	Juste valeur $	Valeur comptable $	Juste valeur $
Dette à long terme (incluant la portion à court terme)	**48 127 434**	**49 932 446**	51 850 559	55 045 874

Risque de taux d'intérêt

Les actifs et les passifs financiers de la Société qui portent intérêt sont à taux fixe et, par conséquent, les risques de fluctuation de taux auxquels cette dernière est exposée sont minimes. De plus, la Société n'est pas exposée au risque de taux d'intérêt sur ses passifs financiers compte tenu que le paiement des intérêts est acquitté à même une subvention spécifique du gouvernement du Québec.

Risque de crédit

L'exposition au risque de crédit de la Société correspond à la valeur comptable des éléments d'actifs financiers. Le risque de crédit afférent à ces actifs ne se concentre pas dans un seul secteur d'activité. La Société procède à une évaluation continue de ces actifs et comptabilise une provision pour pertes au moment où les comptes sont jugés irrécouvrables.

Risque de change

La Société réalise certaines opérations en monnaie étrangère. Elle ne détient ni n'émet d'instruments financiers en vue de gérer le risque de change auquel elle est exposée. Par contre, ces risques n'ont pas d'influence significative sur les résultats et la situation financière de la Société.

18. SURPLUS D'APPORT

Il représente la cession par la Ville de Québec le 1er janvier 1994 d'un terrain pour une valeur symbolique de 1 $ comptabilisé à la valeur de l'évaluation municipale à cette date.

19. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

En plus des opérations entre apparentés déjà divulguées dans les états financiers et comptabilisées à la valeur d'échange, la Société est apparentée avec tous les ministères et les fonds spéciaux ainsi qu'avec tous les organismes et entreprises contrôlés directement ou indirectement par le gouvernement du Québec ou soumis, soit à un contrôle conjoint, soit à une influence notable commune de la part du gouvernement du Québec. La Société n'a conclu aucune opération commerciale avec ces apparentés autrement que dans le cours normal de ses activités et aux conditions commerciales habituelles. Ces opérations ne sont pas divulguées distinctement aux états financiers.

20. AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

Régime de retraite

Les membres du personnel de la Société participent au Régime de retraite des employés du gouvernement et des organismes publics (RREGOP) ou au Régime de retraite du personnel d'encadrement (RRPE). Ces régimes interentreprises sont à prestations déterminées et comportent des garanties à la retraite et au décès.

Les cotisations de la Société imputées aux résultats de l'exercice s'élèvent à 181 837 $ (31 mars 2005 : 125 600 $). Les obligations de la Société envers ces régimes gouvernementaux se limitent à ses cotisations à titre d'employeur.

21. ENGAGEMENTS

Contrats à long terme

La Société est engagée par des contrats à long terme échéant à diverses dates jusqu'au 30 janvier 2009 pour des services d'entretien ménager et d'entretien spécialisé.

Les paiements minimaux futurs de ces engagements s'établissent comme suit :

2007	608 018 $
2008	393 402 $
2009	290 000 $
	1 291 420 $

Projet de rénovation de l'ancien Centre municipal des congrès

En octobre 2004, la Société a obtenu l'autorisation, par décret du gouvernement du Québec, de rénover l'ancien Centre municipal des congrès et de contracter des emprunts jusqu'à concurrence de 17 200 000 $ pour financer le projet.

Le mandat de réaliser les travaux a été confié à la Société immobilière du Québec, entité sous contrôle commun. Au 31 mars 2006, les travaux livrés s'élèvent à 15 576 317 $. Il ne reste plus qu'à compléter les travaux d'amélioration du hall d'entrée situé sur l'avenue Honoré-Mercier. Ces travaux devraient se terminer à la mi-juillet et totaliser 1 100 000 $ pour un coût total de projet de 16 700 000 $.

22. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de 2005 ont été reclassés afin de les rendre conformes à la présentation adoptée en 2006.

RAPPORT DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Points marquants

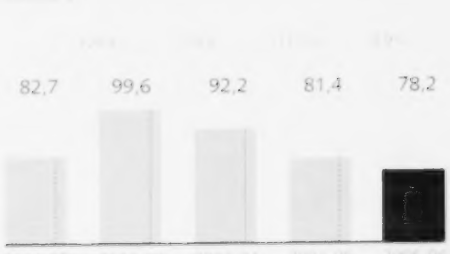
Encore une fois cette année, le Centre des congrès a reçu davantage d'événements comparativement à l'année précédente, soit 141 événements en 2005-2006 et 131 événements, en 2004-2005, une augmentation de 7,6 %. Les importantes rénovations du secteur 2000 durant cette période n'ont pas trop perturbé les activités du Centre. Le manque de capacité d'accueil durant les travaux a surtout affecté les ventes des marchés à l'extérieur du Québec. L'équipe des ventes s'est donc tournée vers les clients locaux et provinciaux qui désirent souvent louer de moins grands espaces dans un court laps de temps. Le nombre d'événements d'envergure a été relativement nombreux, mais ce sont évidemment les événements intraprovinciaux qui ont augmenté de façon très significative.

Malgré la hausse du nombre d'événements, les retombées économiques liées à ces événements sont pratiquement identiques à celles de l'an dernier, la dynamique cyclique des congrès canadiens n'étant pas en faveur de l'Est du Canada en 2005-2006. Voici donc un aperçu des résultats.

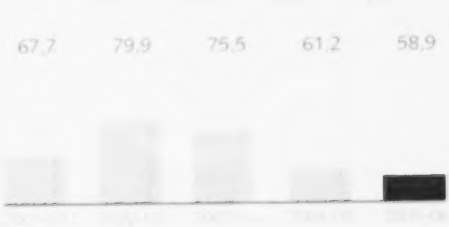
Événements d'envergure et impact économique :

- *Gathering of Watchmen for the nations*, canadien, 4 M$
- *The 207th Meeting of the Electrochemical Society*, américain, 5,5 M$
- *Federation of Analytical Chemistry & Spectroscopy Society Annual Meeting*, américain, 1,6 M$
- *2005 Water Quality Technology Conference*, américain, 2,7 M$

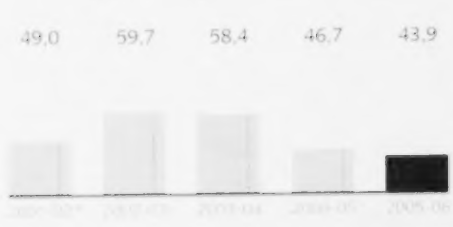
Impact économique - dépenses totales



Impact économique net



Impact économique net - argent neuf



Pour l'année 2005-2006, on remarque une légère baisse des dépenses totales et de tout ce qui en découle. En effet, les dépenses générées totales sont passées de 81,4 M$, en 2004-2005, à 78,2 M$, en 2005-2006, soit une baisse de 3,9 %. L'impact économique net (moins les importations), pour sa part, totalise 58,9 M$ comparativement à 61,2 M$ l'année précédente, soit une baisse de 3,8 %. Contrairement aux catégories de dépenses précédentes, l'argent neuf hors Québec a connu une forte diminution de 30,4 %, passant de 28,3 M$ à 19,7 M$, principalement en raison du phénomène d'alternance des événements canadiens.

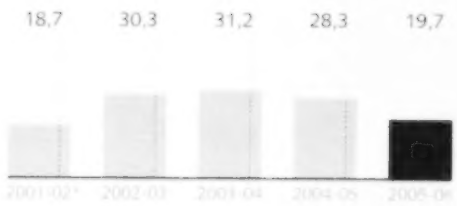
Toujours compte tenu de la performance du marché canadien, le nombre de nuitées est passé de 159 749 en 2004-2005 à 148 003, en 2005-2006, soit une baisse de 7,4 %.

Les résultats de l'année 2005-2006 permettent encore une fois de conclure que le Centre des congrès de Québec a atteint un rendement qui excède le seuil d'autofinancement implicite, ce qui signifie que le Centre génère davantage de ressources financières pour les gouvernements (taxes et impôts divers) qu'il n'en consomme (subventions).

En effet, selon les états financiers au 31 mars 2006, la subvention totale reçue du gouvernement du Québec pour le fonctionnement se chiffre à 11 M$. Pour leur part, les revenus fiscaux et parafiscaux des gouvernements atteignent 13,6 M$. Ces revenus ne tiennent compte que de l'activité économique engendrée par les dépenses des intervenants provenant de l'extérieur de la région de Québec (l'argent neuf). Ces dépenses génèrent des revenus fiscaux et parafiscaux de 9,2 M$ pour le gouvernement Québec et de 4,4 M$ pour le gouvernement du Canada.

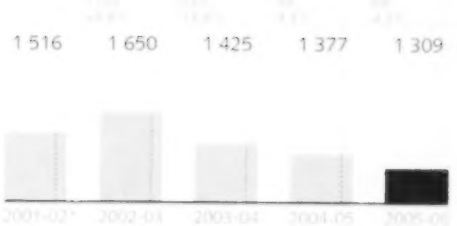
Impact économique net - argent neuf hors Québec

Millions $

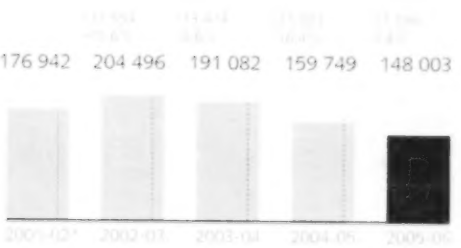


Emplois

Années-personnes



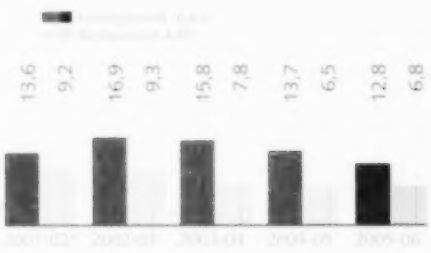
Nombre de nuitées générées



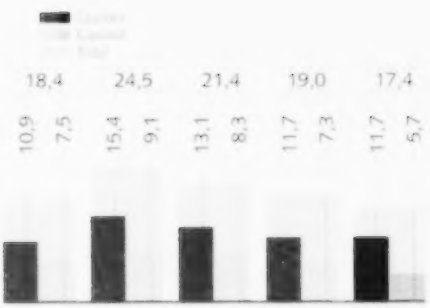
Provenant de cette même activité économique, ce sont 1 309 emplois qui ont été créés et maintenus en 2005-2006, soit une légère baisse de 4,9 % comparativement à 2004-2005 (1 377 emplois). Cette baisse est peu significative relativement au nombre total d'emplois créés en une année dans le secteur touristique en général.

Finalement, il faut préciser que l'impact de la présence du Centre des congrès de Québec ne se limite pas aux secteurs d'activité traités dans la présente analyse mais se reflète également dans presque tous les secteurs de l'activité économique québécoise.

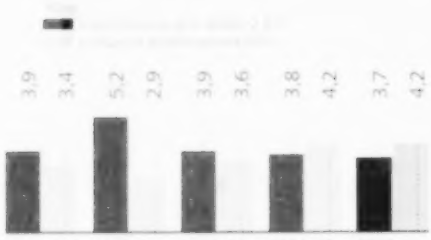
Impact sur les principaux secteurs d'activité économique



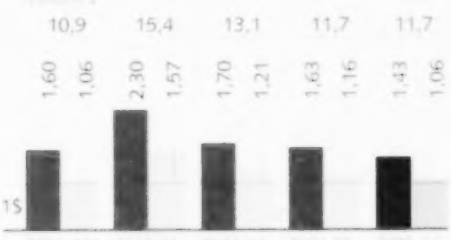
Revenus fiscaux et parafiscaux



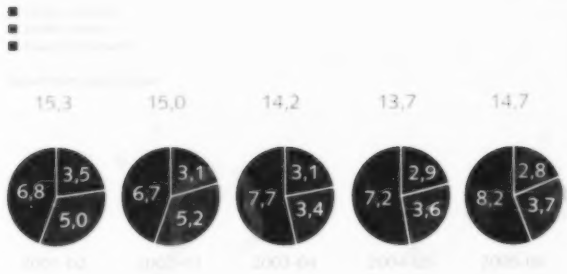
Impact économique total, autres secteurs d'activité



Rendement économique



Subvention du gouvernement du Québec



** Excluant le III^e Sommet des Amériques*

MÉTHODOLOGIE

Il existe deux façons d'évaluer la performance d'un centre de congrès : d'une part, en évaluant les revenus d'exploitation générés par la Société du Centre des congrès de Québec au moyen de ses activités d'exploitation courantes et, d'autre part, en analysant l'impact économique du Centre des congrès pour une région comme Québec.

Déjà dans le rapport financier, la Société s'est étendue sur la nature et les montants associés aux revenus d'exploitation.

L'évaluation de l'impact économique de la présence du Centre à Québec est effectuée à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec. Il s'agit d'un modèle qui reproduit les échanges économiques qui surviennent à la suite d'un accroissement autonome de la demande finale, accroissement normalement occasionné par les dépenses de certains agents économiques.

Il faut donc évaluer les dépenses effectuées par tous les acteurs qui participent à l'organisation et à la tenue d'événements au Centre pour pouvoir apprécier pleinement l'impact économique de l'équipement. Ces intervenants sont les agents économiques suivants :

- Les délégués et leurs conjoints/amis
- Les exposants (organisations qui exposent)
- Le personnel des exposants
- Les organisateurs d'événements (clients)
- L'établissement hôte (Centre des congrès de Québec)

Toute dépense engendre un impact économique. Les sommes dépensées qui ne l'auraient pas été sans la présence de l'équipement sont celles qui permettent d'apprécier la contribution économique du Centre et le rendement sur l'investissement en fonds publics. Les autres dépenses associées au Centre sont calculées pour apprécier l'activité économique qu'elles engendrent sans prétendre à un gain net. Il est donc important d'identifier ces sommes que l'on qualifie d'argent neuf.

Calcul de l'argent neuf

Les études d'impact économique doivent répondre à pluseurs objectifs dont les principaux sont d'estimer les activités économiques associées à un équipement ou à un organisme et d'évaluer le gain net attribuable à la présence de l'équipement ou de l'organisme, c'est-à-dire le rendement sur l'investissement.

Deux approches différentes ont été envisagées pour effectuer le calcul de l'argent neuf. La première méthode consiste à classifier les événements en fonction de leur taille et de leur nature et à ne retenir que les congrès sans salon, les congrès avec salon et les salons privés d'une certaine envergure ayant un seuil minimal de participation internationale. Si l'on utilise cette méthode, on suppose que seuls les événements d'une certaine taille ou nature sont un gain net pour la région à l'étude.

L'alternative proposée par la Société consiste à faire l'hypothèse que les dépenses des participants aux événements hors région de Québec représentent un gain net, l'argent neuf. Dans ce dernier cas, c'est l'origine du participant qui permet de déterminer si la dépense engendrée par celui-ci est un gain net pour la région. L'hypothèse implicite est que les participants qui se sont déplacés de l'extérieur de la région (régions 03 et 12) pour venir assister à un événement au Centre des congrès de Québec n'auraient pas dépensé cet argent dans la région autrement. Cette hypothèse est d'autant plus crédible quand les dépenses sont effectuées par des participants provenant de l'extérieur du Québec ou de l'étranger.

La Société a donc choisi de calculer l'argent neuf en fonction de l'origine du participant, quelle que soit la nature de l'événement auquel il a participé. Les dépenses des agents économiques ont donc été classées selon leur provenance, soit selon les régions géographiques suivantes :

a) Région de Québec (03 et 12)

b) Autres régions du Québec

c) Canada

d) Étranger (États-Unis et autres pays)

Les régions géographiques c et d sont regroupées sous le vocable « hors Québec » à des fins d'analyse.

Une fois que l'on a déterminé la nature des dépenses engendrées par les intervenants et identifié l'argent neuf, il devient possible d'utiliser le modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec afin de connaître l'impact économique du Centre des congrès de Québec.

La simulation intersectorielle à partir de la somme des dépenses, toutes origines confondues, permet d'apprécier l'ensemble de l'activité économique périphérique au Centre. Celle résultant de la combinaison des dépenses des autres régions du Québec et hors Québec permet d'apprécier le gain net de la présence du Centre pour la région. Cette dernière mesure du rendement est des plus pertinentes, le Centre étant essentiellement un instrument de développement économique régional. La simulation traitant les dépenses provenant de l'extérieur du Québec permettra de dériver le gain net pour le gouvernement du Québec.

Méthode de calcul

Le terme « intervenant » regroupe à la fois l'établissement hôte, soit le Centre des congrès de Québec et les participants, soit les délégués, leur conjoint ou ami, les exposants, le personnel des exposants, de même que l'organisateur d'événements.

Le calcul des dépenses des participants est effectué sur la base du produit de trois éléments :

Nombre de participants × Durée du séjour du participant × Vecteur de dépenses quotidiennes = Dépenses des participants

Puis l'on ajoute aux dépenses des participants celles de la Société du Centre des congrès de Québec et l'on obtient les dépenses totales des intervenants :

Dépenses des participants × Dépenses de la SCCQ = Dépenses totales

Les dépenses sont de plus classifiées selon l'origine du participant et la nature de l'événement qui a motivé son déplacement au Centre des congrès de Québec.

Pour procéder ainsi, il a fallu décomposer les dépenses des organisateurs et des exposants pour les exprimer en dépenses par délégué par jour. Il s'agit de l'une des trois méthodes proposées par l'International Association of Convention and Visitor Bureaus (IACVB) dans l'étude *1998 IACVB Income Survey Report*. Par exemple, si un organisateur a engagé 10 000 $ pour attirer 50 délégués à un congrès de deux jours, son niveau de dépenses est de 100 $ par délégué par jour (10 000 ÷ 50 ÷ 2).

À cette étape, sachant qu'un sondage de la Société du Centre des congrès de Québec a permis de déterminer le nombre et l'origine des participants, il reste à déterminer la durée moyenne des séjours et les dépenses effectuées par chaque type de participants.

Dépenses par type de participants

Afin de caractériser le mieux possible les dépenses des divers participants aux événements tenus au Centre des congrès de Québec, on a segmenté les dépenses en huit catégories.

Toutes les dépenses des participants ont été calculées à partir de données secondaires. La principale source fut l'enquête sur les dépenses des congressistes de l'IACVB, *1998 IACVB Convention Income Survey Report*, qui compte pour la première fois un volet canadien.

Cette enquête a été produite en 1998 pour la neuvième fois. Elle procure des données statistiques sur les dépenses des participants par catégories d'événements : congrès, réunions et expositions commerciales et professionnelles.

Un total de 99 bureaux de congrès des États-Unis et du Canada ont participé à cette étude. Un échantillon stratifié de membres d'offices de tourisme a contribué à accroître la précision des estimations échantillonnées et à assurer une représentation juste des États-Unis et du Canada.

La méthodologie appliquée demandait à chaque office de tourisme participant d'enquêter sur 12 congrès, réunions et expositions sur une période de 12 mois (juin 1997 à mai 1998). Cet échantillonnage étendu sur une année évitait l'obtention de données biaisées par la saisonnalité. Pour chaque événement ayant fait l'objet d'une enquête, un échantillon de 100 délégués et de 100 exposants (le cas échéant) ont reçu un questionnaire, de même que l'organisateur de l'événement. Trois questionnaires distincts ont été soumis, chacun mettant l'accent sur l'argent dépensé dans la ville hôtesse du congrès.

L'autre source de données secondaires a été l'enquête de Statistique Canada, *Le Projet des villes – Tourisme canadien dans les villes canadiennes*.

Finalement, certains vecteurs de dépenses pour les participants de la région ont été estimés sur la base d'hypothèses de la Société, à défaut de données secondaires pour ces catégories.

ANNEXE

CODE D'ÉTHIQUE DE LA SOCIÉTÉ

Avant-propos

La mission de la Société est de solliciter la venue de congrès, de réunions et d'expositions d'envergure en offrant un centre de congrès de calibre international et une expérience de service totalement satisfaisante, de manière à positionner la région de Québec comme destination d'excellence pour les événements d'affaires et ainsi contribuer à son activité économique.

La Société consacre son énergie notamment à attirer à Québec des événements d'envergure nationale et internationale. Pour atteindre ses objectifs, la Société compte donc sur le dynamisme et le professionnalisme de son personnel afin d'offrir à sa clientèle le meilleur service possible.

La Société étant un organisme gérant des fonds publics, elle se doit d'adopter une conduite empreinte de règles d'éthique très élevées.

Par ailleurs, les relations que la Société entretient avec sa clientèle étant de nature commerciale, une multitude de transactions s'effectuent avec des fournisseurs, des organisateurs d'événements et des participants aux activités qui se déroulent au Centre des congrès. Cette particularité exige de définir, de façon plus détaillée, les règles de comportement qui doivent encadrer l'ensemble de ses relations d'affaires.

Le présent *Code d'éthique* constitue un résumé des règles générales de conduite que chacun doit respecter dans l'accomplissement des tâches liées à ses fonctions. Ces règles d'éthique sont regroupées sous les quatre volets suivants et trouvent leur fondement dans les valeurs d'entreprise et de gestion qui sont le fruit d'un consensus à l'interne :

- Le service à la clientèle
- Le comportement
- La prestation de travail
- Le respect de la structure organisationnelle

LES VALEURS D'ENTREPRISE ET DE GESTION

Les valeurs d'entreprise et de gestion sont fondamentales et dictent la conduite de chaque membre du personnel. Ces valeurs ont préséance sur toutes autres considérations et sont le dénominateur commun qui rassemble tout le personnel de la Société. Ces valeurs sont les suivantes :

- Le partage, la collaboration et le travail d'équipe
- Le développement, le respect des personnes et la reconnaissance
- La responsabilité, l'engagement et l'imputabilité
- Une action proactive et le risque calculé
- La polyvalence, l'interrelation et l'interdépendance des rôles et des responsabilités
- La rigueur et l'expertise
- La cohésion, la cohérence, la convergence et la concertation

LES RÈGLES D'ÉTHIQUE

2.1 LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le service à la clientèle constitue l'essence même de la Société. L'entreprise doit donc être tournée vers la satisfaction du client. Pour offrir un service de qualité, l'employé **doit traiter la clientèle avec égards et diligence.**

L'obligation de traiter la clientèle avec égards se manifeste par un comportement poli et courtois, et ce, sans discrimination ni harcèlement. Cette attitude doit favoriser un respect mutuel entre l'employé et le client. L'employé est à l'écoute du client, le conseille et fait en sorte de répondre à ses besoins et exigences spécifiques. À cet égard, l'employé fait tout ce qui est en son pouvoir pour transmettre au client une réponse claire et fiable à toute demande d'information non confidentielle qu'il est en droit d'obtenir.

L'obligation de diligence requiert que l'employé s'empresse de traiter les dossiers qui lui sont confiés, plus particulièrement ceux qui concernent directement la clientèle.

2.2 LA PRESTATION DE TRAVAIL

La prestation de travail comporte quatre types d'obligation : **l'obligation d'assiduité, de compétence, de mise à jour des connaissances ainsi que du respect des normes de santé et de sécurité au travail.**

L'obligation d'assiduité implique que l'employé soit présent au travail, qu'il accomplisse sa tâche avec diligence, qu'il respecte ses heures de travail, qu'il organise son travail de façon à minimiser les déplacements et les pertes de temps et qu'il ne s'absente pas sans justification ni sans autorisation préalable.

L'obligation de compétence implique que l'employé accomplisse les tâches qui lui sont confiées en faisant preuve de professionnalisme et en offrant le service demandé dans les temps requis, d'une manière appropriée et efficace, et cela, à la satisfaction des clients de la Société ainsi que de ses supérieurs. Il utilise à cette fin les ressources humaines, matérielles et financières de la Société et profite des connaissances disponibles pour réaliser ses mandats.

L'obligation de mise à jour des connaissances fait appel à la capacité de l'employé de conserver la compétence requise pour accomplir efficacement ses fonctions.

L'obligation du respect des normes de santé et de sécurité au travail exige que l'employé évite les négligences et respecte en tout temps les normes de sécurité en vigueur. Cette obligation impose également à l'employé le devoir de signaler tout manquement aux règles de sécurité dont il est témoin.

2.3 LE COMPORTEMENT

Les obligations liées au comportement sont multiples. Elles doivent respecter une échelle de valeurs où dominent notamment **l'honnêteté, l'impartialité, l'absence de conflit d'intérêts et l'exclusivité de service.** Ces obligations sont propres à toute entreprise mais, compte tenu du statut de la Société, le comportement implique également des obligations particulières reliées à la discrétion, à la neutralité politique et à la réserve.

L'obligation de discrétion signifie que l'employé doit garder secrets les faits ou les renseignements dont il prend connaissance et qui revêtent un caractère confidentiel. Cette obligation signifie également que l'employé adopte une attitude de retenue en évitant de dévoiler des faits ou des renseignements susceptibles de nuire à la Société ou de porter atteinte à la vie privée des autres employés, des partenaires et des clients de la Société. La discrétion fait aussi appel à l'obligation de protéger les renseignements de nature confidentielle par un usage éclairé et réfléchi des nouvelles technologies. L'employé évite donc de transmettre des documents confidentiels sans s'assurer au préalable que son correspondant puisse les récupérer rapidement de première main, tout comme il évite de laisser à la vue de tous et chacun des communications de même nature, reçues au Centre des congrès.

Finalement, la discrétion sous-entend également qu'un employé, avant de publier un texte ou d'accorder une entrevue sur des sujets reliés aux fonctions qu'il exerce au sein de l'organisation doit, au préalable, obtenir l'autorisation de la direction.

L'obligation de neutralité politique implique que l'employé doit, dans l'exercice de ses fonctions, s'abstenir de toute discrimination et de tout travail partisan. Elle signifie également que l'employé doit, à l'intérieur même de sa tâche, faire abstraction de ses opinions personnelles afin d'accomplir celle-ci avec toute l'objectivité nécessaire.

L'obligation de réserve qui lie l'employé à l'égard de la manifestation publique de ses opinions politiques est plus générale puisqu'elle s'applique tant dans l'exécution de ses fonctions qu'en dehors de celles-ci. Elle ne signifie pas pour autant que l'employé, puisqu'il demeure un citoyen à part entière, doive garder un silence complet ou renoncer à sa liberté d'expression ou à l'exercice de ses droits politiques.

Rien n'interdit à un employé d'être membre d'un parti politique, d'assister à une réunion politique ou de verser, conformément à la loi, une contribution à un parti politique, à une instance d'un parti politique ou à un candidat à une élection.

Il importe de préciser que la situation particulière de chaque employé constitue un facteur important quant à ce respect de **l'obligation de réserve.** Ainsi, une réserve plus grande est demandée aux employés occupant des postes de commande, car toute déclaration ou action à caractère politique de leur part risque d'avoir un impact important. Il faut noter également que certains employés peuvent acquérir dans le milieu professionnel où ils exercent leurs fonctions, un prestige et une crédibilité qui leur commandent une très grande réserve. Les circonstances entourant une déclaration ou une action à caractère politique doivent aussi être prises en considération.

L'obligation d'agir avec honnêteté exige que l'employé évite toute forme de corruption ou de collusion visant à faire bénéficier un tiers d'un avantage indu. Cette obligation requiert que l'employé fasse preuve d'honnêteté intellectuelle à l'égard même du contenu du mandat qui lui est confié.

L'obligation d'agir avec honnêteté requiert également de ne jamais être impliqué dans un vol, une fraude ou une situation d'abus de confiance. L'employé agit avec honnêteté par rapport aux fonds et aux biens de l'entreprise quels qu'ils soient. Il n'utilise jamais à son avantage, dans la gestion de ses propres affaires, ni les biens de la Société ni les renseignements qu'il obtient dans l'exercice de ses fonctions.

L'obligation d'agir avec honnêteté implique que l'employé utilise les nouvelles technologies telles que le courrier électronique et Internet dans le respect de l'image de la Société. Ainsi, cette obligation interdit l'accès aux sites qui véhiculent des messages obscènes, haineux, racistes, diffamatoires ou violents ainsi qu'à des sites contenant du matériel érotique ou pornographique, de même que l'utilisation du courrier électronique qui aurait semblable connotation.

L'employé exerce ses fonctions avec **impartialité et objectivité.** Il évite toute préférence ou parti pris incompatible avec la justice ou l'équité.

L'obligation d'agir avec impartialité exige d'éviter de prendre des décisions fondées sur des préjugés reliés notamment au sexe, à la race, à la couleur, à la religion ou aux convictions politiques d'une personne.

L'obligation d'objectivité implique que l'employé s'assure de prendre la décision qui s'avère la plus profitable pour l'organisation sans tenir compte de ses prédispositions personnelles par exemple à l'égard d'un client, d'un partenaire ou d'un fournisseur. Souvent appelé à fournir des renseignements sur différentes entreprises du secteur touristique tels que les restaurants ou les hôtels, l'employé doit rester objectif en tentant de présenter de façon équitable auprès de la clientèle du Centre des congrès, l'ensemble des partenaires de l'industrie.

L'obligation d'éviter tout conflit d'intérêts exige qu'un employé renonce à tout intérêt direct ou indirect dans une entreprise qui met en conflit son intérêt personnel et les devoirs de ses fonctions. Cette obligation exige également que tout employé qui constate une situation réelle, potentielle ou apparente de conflit d'intérêts en informe immédiatement ses supérieurs afin que ceux-ci déterminent les mesures qui doivent être prises à cet égard.

La notion de **conflit d'intérêts** doit être vue dans son sens le plus large. De fait, il suffit, pour qu'il y ait conflit d'intérêts, qu'il existe une situation potentielle ou une apparence de conflit d'intérêts, c'est-à-dire une possibilité que l'intérêt personnel, qu'il soit pécuniaire ou non, soit préféré à l'intérêt de la Société et, par voie de conséquence, à l'intérêt public. Autrement dit, il n'est pas nécessaire que l'employé ait réellement profité de sa charge pour servir ses intérêts ou qu'il ait contrevenu aux intérêts de l'entreprise pour conclure à l'existence d'un conflit d'intérêts puisque le simple risque que cela se produise met en cause la crédibilité de l'entreprise.

L'obligation de l'exclusivité de service implique, par définition, l'interdiction pour un employé d'occuper toute fonction à l'extérieur de l'entreprise. Il n'existe pas une telle interdiction à la Société. Il faut donc plutôt entendre par **obligation de l'exclusivité de service**, l'exigence minimale que l'employé se présente au travail dans des conditions propices à l'accomplissement efficace de ses tâches et qu'il se consacre, durant les heures de travail, entièrement à l'exécution des fonctions qui lui sont confiées.

Tout employé qui est engagé ou qui pense s'engager dans l'exercice d'une fonction à l'extérieur de la Société, que cette fonction soit rémunérée ou non, doit s'assurer que celle-ci n'a pas ou n'aura pas d'effets sur son assiduité, son rendement et la qualité de son travail à la Société et ne le place pas ou ne le placera pas dans une situation de conflit d'intérêts.

L'employé qui exerce une fonction à l'extérieur de la Société est tenu, comme tous les employés, à **l'obligation d'agir avec honnêteté** comme elle est définie précédemment. Plus explicitement, cette obligation, dans le cas de l'exclusivité de service, interdit à tout employé, à partir des locaux de la Société et en utilisant les ressources (le personnel, le matériel et les équipements) mises à sa disposition par la Société, de s'occuper, même de façon occasionnelle, de tout travail qui relève d'une fonction ou d'une charge exercée à l'extérieur de la Société.

Il faut rappeler que les **obligations d'honnêteté, d'impartialité, d'éviter tout conflit d'intérêts et de l'exclusivité de service** exigent que tout employé avise ses supérieurs lorsqu'il détient un intérêt ou est apparenté à une entreprise faisant affaire directement ou indirectement avec la Société ou lorsqu'il se retrouve dans des circonstances qui présentent une situation réelle, potentielle ou apparente de conflit d'intérêts. L'employé qui occupe une fonction à l'extérieur de la Société a tout intérêt à en aviser ses supérieurs et à les consulter sur la conduite à adopter.

2.4 LE RESPECT DE LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Le travail accompli par la Société demande des ressources diversifiées. Il s'agit d'un travail d'équipe qui doit contribuer à l'atteinte des objectifs de l'entreprise. L'employé ne travaille donc pas seul, il fait partie d'une unité administrative. Il est lié à tous les employés de la Société afin de fournir aux clients un service de haute qualité et la qualité de son travail influence celui de ses collègues.

Afin de coordonner l'ensemble des efforts et des ressources et de permettre l'accomplissement de la mission et l'atteinte des objectifs, il importe que l'employé respecte l'obligation de respect hiérarchique ainsi que l'obligation de loyauté et d'allégeance à l'autorité constituée. Il est également important que l'employé cultive un sentiment d'appartenance à la Société.

L'obligation de respect hiérarchique implique que l'employé se conforme à ce qui lui est demandé par ses supérieurs. Il doit non seulement exercer les attributions de son emploi mais aussi celles que lui confient ses supérieurs. S'il estime qu'une demande est injuste ou déraisonnable, il peut alors en discuter avec ses supérieurs et par la suite, s'il y a lieu, en référer aux autorités compétentes.

L'obligation de loyauté et d'allégeance à l'autorité constituée requiert que l'employé défende les intérêts de la Société et évite de lui causer du tort, par exemple, en dénigrant des confrères ou des décisions prises par son employeur, en utilisant un langage ou un comportement inapproprié ou en divulguant des renseignements de nature confidentielle.

CODE D'ÉTHIQUE ET DE DÉONTOLOGIE DES ADMINISTRATEURS

Avant-propos

La mission de la Société du Centre des congrès de Québec est de solliciter la venue de congrès, de réunions et d'expositions d'envergure en offrant un centre de congrès de calibre international et une expérience de service totalement satisfaisante, de manière à positionner la région de Québec comme destination d'excellence pour les événements d'affaires et ainsi contribuer à son activité économique.

Dans le cadre de la réalisation de sa mission, la Société compte sur la contribution de ses administrateurs afin d'assurer une gestion efficace et transparente de ses biens. La Société étant un organisme gérant des fonds publics, ses administrateurs doivent, dans l'exécution de leur mandat, agir dans le respect du droit et avec honnêteté, loyauté, prudence, diligence, efficacité, assiduité et équité.

Par ailleurs, les activités de la Société étant de nature commerciale, une multitude de transactions s'effectuent avec des fournisseurs, des organisateurs d'événements et des participants aux activités qui se déroulent au Centre des congrès. Sa mission exige de plus qu'elle agisse en étroite collaboration avec les divers intervenants touristiques de la région. Ces particularités exigent que les administrateurs se soumettent à des règles d'éthique et de déontologie à la fois très élevées et, par ailleurs, adaptées aux pratiques d'affaires ayant cours dans le domaine commercial, d'autant plus que ces administrateurs peuvent déjà, à titre personnel, être engagés dans des entreprises commerciales. L'administrateur doit, en cas de doute, agir selon l'esprit de ces principes et de ces règles. Il doit de plus organiser ses affaires personnelles de telle sorte qu'elles ne puissent nuire à l'exercice de ses fonctions.

Le *Code d'éthique et de déontologie des administrateurs* s'inspire du *Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics* adopté par le gouvernement du Québec en vertu du Décret 824-98 ainsi que des valeurs d'entreprise et de gestion de la Société. Celui-ci constitue un résumé des règles générales de conduite que chaque administrateur doit respecter dans l'accomplissement de son mandat. Ainsi, en cas de doute, l'interprétation du présent code doit prendre appui sur ce règlement et ces valeurs. Ce code d'éthique et de déontologie s'applique à tous les membres du conseil d'administration dont le président qui agit également comme directeur général de la Société lesquels sont désignés dans le présent texte sous le terme « administrateur ».

LES VALEURS D'ENTREPRISE ET DE GESTION

Les valeurs d'entreprise et de gestion sont fondamentales et ont préséance sur toutes autres considérations. Ces valeurs sont les suivantes :

- Le partage, la collaboration et le travail d'équipe
- Le développement, le respect des personnes et la reconnaissance
- La responsabilité, l'engagement et l'imputabilité
- Une action proactive et le risque calculé
- La polyvalence, l'interrelation et l'interdépendance des rôles et des responsabilités
- La rigueur et l'expertise
- La cohésion, la cohérence, la convergence et la concertation

2 PRINCIPES D'ÉTHIQUE ET RÈGLES GÉNÉRALES DE DÉONTOLOGIE

Les obligations liées à l'exécution des fonctions de l'administrateur sont multiples. Elles doivent respecter une échelle de valeurs où dominent notamment l'honnêteté, l'impartialité, l'absence de conflit d'intérêts et l'exclusivité de services en ce qui concerne le président du conseil d'administration qui agit également comme directeur général de la Société. Ces obligations sont propres à toute entreprise mais, compte tenu du statut de la Société, les obligations de discrétion et de réserve doivent également guider l'administrateur dans l'exécution de son mandat.

2.1 OBLIGATION DE DISCRÉTION

L'administrateur est tenu à la discrétion sur ce dont il a connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions et est tenu, à tout moment, de respecter le caractère confidentiel de l'information ainsi reçue.

Cette obligation n'a pas pour effet d'empêcher un administrateur représentant ou lié à un groupe d'intérêts particulier de le consulter ni de lui faire rapport, sauf si l'information est confidentielle suivant la loi ou si le conseil d'administration exige le respect de la confidentialité.

L'obligation de discrétion signifie également que l'administrateur devrait s'abstenir de publier un texte ou accorder une entrevue qui concerne directement ou indirectement les affaires de la Société sans en avoir été préalablement autorisé par le président du conseil d'administration qui agit également comme directeur général de la Société.

2.2 OBLIGATION DE RÉSERVE

L'administrateur doit, dans l'exercice de ses fonctions, prendre ses décisions indépendamment de toutes considérations politiques partisanes.

Le président du conseil d'administration qui agit également comme directeur général de la Société doit faire preuve de réserve dans la manifestation de ses opinions politiques.

2.3 OBLIGATION D'ÉVITER TOUT CONFLIT D'INTÉRÊTS

L'administrateur doit éviter de se placer dans une situation de conflit entre son intérêt personnel et les obligations de ses fonctions.

Il doit dénoncer par écrit, au président du conseil d'administration, sous peine de révocation, tout intérêt direct ou indirect qu'il a dans un organisme, une entreprise ou une association susceptible de le placer dans une situation de conflit d'intérêts, ainsi que les droits qu'il peut faire valoir contre la Société, en indiquant leur nature et leur valeur. Le cas échéant, il doit s'abstenir de participer à toute délibération et à toute décision portant sur l'organisme, l'entreprise ou l'association dans lequel il a cet intérêt. Il doit en outre se retirer de la séance pour la durée des délibérations et du vote relatifs à cette question.

Le président du conseil d'administration qui agit également comme directeur général ne peut, sous peine de révocation, avoir un intérêt direct ou indirect dans un organisme, une entreprise ou une association mettant en conflit son intérêt personnel et celui de la Société à moins qu'un tel intérêt lui échoit pas succession ou donation et pourvu, dans ce cas, qu'il y renonce ou en dispose avec diligence.

L'administrateur ne peut accepter, dans le cadre de l'exercice de ses fonctions, aucun cadeau, marque d'hospitalité ou autre avantage que ceux d'usage et d'une valeur qui n'est pas disproportionnée en regard dudit usage. Tout autre cadeau, marque d'hospitalité ou avantage reçu doit être retourné au donateur ou à la Société.

2.4 OBLIGATION D'AGIR AVEC HONNÊTETÉ

L'administrateur ne peut utiliser à son profit ou au profit de tiers l'information obtenue dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de ses fonctions.

L'administrateur ne doit pas confondre les biens de la Société avec les siens et ne peut les utiliser à son profit ou au profit de tiers.

L'administrateur ne peut, directement ou indirectement, accorder, solliciter ou accepter une faveur ou un avantage indu pour lui-même ou pour un tiers.

2.5 OBLIGATION DE L'EXCLUSIVITÉ DE SERVICES

Le président du conseil d'administration qui agit également comme directeur général doit exercer ses fonctions de façon exclusive, sauf si la Société le nomme ou le désigne aussi à d'autres fonctions.

Il peut toutefois exercer des activités didactiques non rémunérées ou être membre d'organismes sans but lucratif. Ces activités doivent faire l'objet d'une déclaration au conseil d'administration.

2.6 OBLIGATION DE LOYAUTÉ

L'administrateur doit, dans la prise de ses décisions, éviter de se laisser influencer par des offres d'emploi.

L'administrateur qui a cessé d'exercer ses fonctions doit se comporter de façon à ne pas tirer d'avantages indus de ses fonctions antérieures au service de la Société.

L'administrateur qui a cessé d'exercer ses fonctions ne doit pas divulguer une information confidentielle qu'il a obtenue ni donner à quiconque des conseils fondés sur de l'information non disponible au public concernant la Société, ou un autre organisme ou entreprise avec lequel il avait des rapports directs importants au cours de l'année qui a précédé la fin de son mandat.

Il lui est interdit, dans l'année qui suit la fin de ses fonctions, d'agir au nom ou pour le compte d'autrui relativement à une procédure, à une négociation ou à une autre opération à laquelle la Société est partie et sur laquelle il détient de l'information non disponible au public.

RESPONSABILITÉ DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRECTEUR GÉNÉRAL

Le président du conseil d'administration doit s'assurer du respect des principes d'éthique et des règles de déontologie par les administrateurs de la Société.

PROCESSUS DISCIPLINAIRE

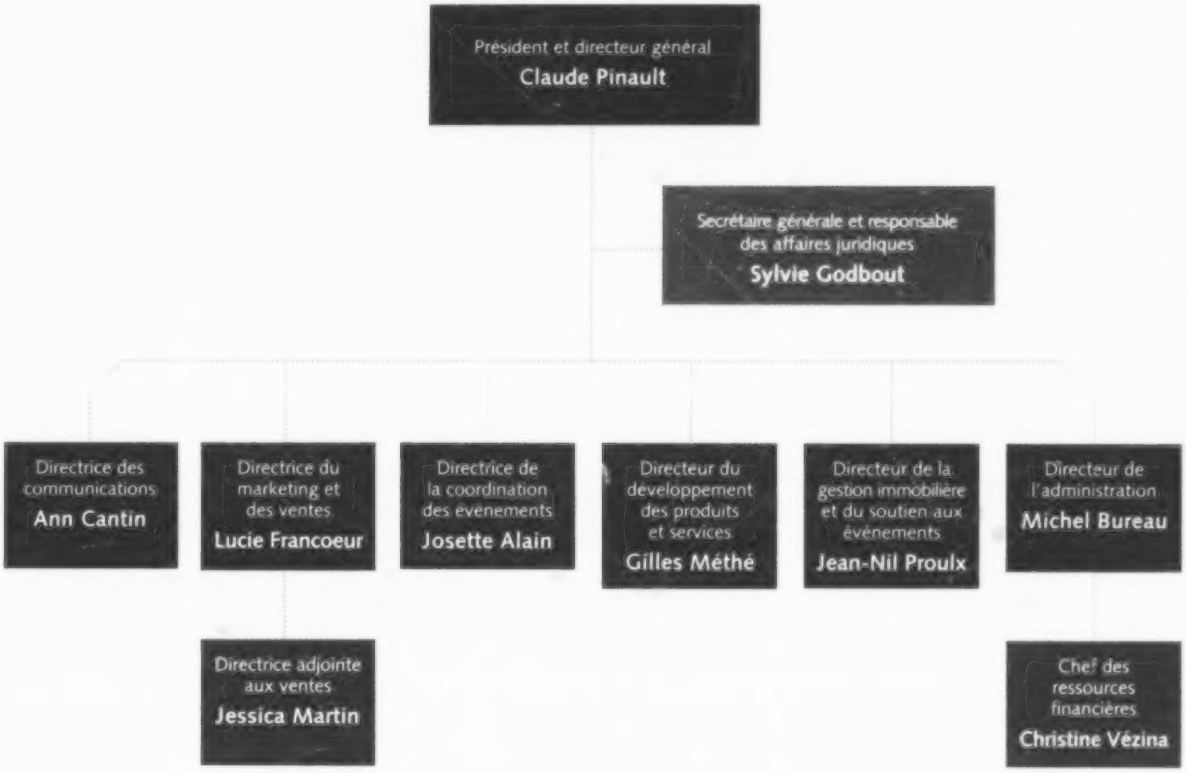
Tout manquement à l'éthique ou à la déontologie doit être déclaré au président du comité d'éthique et acheminé à l'autorité compétente, soit le secrétaire général associé responsable des emplois supérieurs.

Par ailleurs, le présent code est soumis au processus disciplinaire prévu au chapitre VI du *Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics*.

DISPOSITIONS DIVERSES

L'administrateur est soumis aux règles prévues au chapitre III – *Activités politiques* et au chapitre IV – *Rémunération du Règlement sur l'éthique et la déontologie des administrateurs publics*.

ORGANIGRAMME DE GESTION



Téléphone : 418 644-4000
Sans frais : 1 888 679-4000
Télécopieur : 418 644-6455
www.convention.qc.ca
sccq@convention.qc.ca

Société du Centre des congrès de Québec
900, boulevard René-Lévesque Est, 2e étage
Québec (Québec) G1R 2B5